



**PENGARUH *POLITICAL CONNECTION*, *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*,
DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DISCLOSURE (CSR)* PADA PERUSAHAAN PERBANKAN DI BEI**

Oleh

Elvia Alodia Daliman¹, Hendy Satria², Afriyadi³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang

Email: ¹elvia.alodia@gmail.com, ²hendysatria91@gmail.com,

³afriyadiardi@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *political connection*, *good corporate governance*, dan *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure (CSR)* pada perusahaan perbankan di BEI. Pada variabel *good corporate governance* menggunakan dua struktur, yaitu kepemilikan institusional dan komite audit. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder dengan sampel berupa perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 26 perusahaan dengan periode pengamatan dari tahun 2021-2023. Pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi *Eviews 10*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *political connection* dan *media exposure* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. Pada variabel kepemilikan institusional dan komite audit secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. *Political connection*, kepemilikan institusional, komite audit, dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap CSR.

Kata Kunci: *Political Connection*, *Kepemilikan Institusional*, *Komite Audit*, *Media Exposure*, *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of *political connection*, *good corporate governance*, and *media exposure* on *corporate social responsibility disclosure (CSR)* in banking companies on the *IDX*. The *good corporate governance* variable uses two structures, namely *institutional ownership* and *audit committee*. The data used in this study are secondary data with a sample of 26 banking companies listed on the *Indonesia Stock Exchange* with an observation period from 2021-2023. Sample selection using *purposive sampling* method. The analysis method used in this research is *multiple linear regression analysis* using the *Eviews 10* application. The results of this study indicate that *political connection* and *media exposure* partially have a positive and significant effect on CSR. The *institutional ownership* and *audit committee* variables partially have no significant effect on CSR. *Political connection*, *institutional ownership*, *audit committee*, and *media exposure* simultaneously affect CSR.

Keywords: *Political Connection*, *Institutional Ownership*, *Audit Committee*, *Media Exposure*, *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*



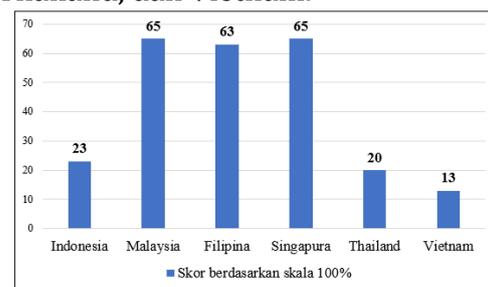
PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran akan isu tanggung jawab sosial terus meningkat di seluruh dunia. Hal ini berdampak pada bagaimana perusahaan melihat masalah sensitivitas sosial. Perusahaan publik harus mulai mengungkapkan aktivitas yang berkaitan dengan lingkungan dan sosial kepada berbagai pihak, seperti masyarakat, investor, pemangku kepentingan (*stakeholders*), konsumen, atau klien karena perlu mengetahui semua hal mengenai akuntabilitas manajemen perusahaan. Pengguna laporan keuangan ini akan mempertimbangkan pengambilan kebijakan dengan menggunakan penyediaan informasi secara terbuka oleh perusahaan. Salah satu penyediaan informasi secara terbuka oleh perusahaan adalah pengungkapan tanggung jawab sosial atau dapat disebut *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*, yang di mana CSR ini menjadi bagian dari analisis kontribusi sosial dalam mencapai tujuan suatu bisnis (Wardah & Nugrahaningsih, 2020).

CSR tidak lagi dipandang sebagai tanggung jawab perusahaan, melainkan sudah menjadi kewajiban perusahaan sehingga perusahaan harus melakukan kegiatan CSR (Putranto & Kewal, 2017). Dilansir dari *website Universitas Bakrie bakrie.ac.id*, CSR dikatakan penting karena memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar yang terdampak negatif dari setiap kebijakan atau tindakan yang dilakukan perusahaan. Selain itu, CSR dapat dijadikan *promotion*, peningkatan kesejahteraan, serta penciptaan hubungan yang baik dengan relasi. CSR sangat penting

karena hadir sebagai memberikan taraf hidup yang aman dan sehat untuk semua pihak dan lingkungan.

Adapun publikasi riset *Tech for Good Institute* milik *National University of Singapore (NUS)* berjudul "*What Impact Means to Digital Economy Companies in Southeast Asia*" oleh Soon *et al.* (2023) yang melakukan penelitian terhadap enam negara ASEAN, yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam.



Gambar 1. Penilaian GRI Pelaporan Keberlanjutan CSR

Berdasarkan Gambar 1, dapat diketahui bahwa Hasil dari penelitian tersebut menggambarkan bahwa negara Indonesia termasuk negara yang meraih skor terendah dari negara ASEAN lainnya dalam pengungkapan pelaporan berkelanjutan CSR. Hal ini disebabkan Indonesia memulai secara bertahap pada tahun 2020 untuk menerbitkan laporan keberlanjutan, sedangkan negara Malaysia, Filipina, dan Singapura memperoleh skor tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan karena negara-negara tersebut sudah menerapkan aturan pencatatan dan dukungan regulasi yang diterapkan masing-masing pada tahun 2017, 2018, dan 2019.

Dalam penelitian ini terdapat tiga faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*. Faktor pertama yang mempengaruhi CSR adalah *Political*



Connection. Political Connection adalah sebuah kondisi yang di mana terjalannya suatu hubungan menguntungkan antara pihak tertentu dengan pihak berkepentingan politik yang bertujuan untuk mencapai suatu hal tertentu (Purwanti & Sugiyarti, 2017). Politik dan bisnis mempunyai peran yang saling berkaitan. Politik dapat mendukung keberhasilan perusahaan dengan merumuskan kebijakan publik yang digunakan untuk kepentingan bisnis. Tentunya hubungan kedua pihak tersebut bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan reputasi antara dua kepentingan tersebut melalui *CSR disclosure* (Muliwati & Hariyati, 2021).

Terdapat beberapa penelitian dengan variabel *political connection*, yaitu oleh Muliwati & Hariyati (2021) menunjukkan bahwa *political connection* berpengaruh terhadap CSR, sedangkan penelitian oleh Wardah & Nugrahaningsih (2020) menunjukkan bahwa *political connection* tidak berpengaruh terhadap CSR.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi CSR adalah *Good Corporate Governance* (GCG). Dalam penelitian ini, variabel GCG diukur menggunakan struktur kepemilikan institusional dan komite audit.

Kepemilikan institusional merupakan pihak pemegang saham suatu perusahaan yang terdiri dari pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian, dan institusi lainnya (Rusdiyanto *et al.*, 2019). Besarnya kepemilikan oleh institusi menandakan pengawasan kinerja manajemen dapat meningkat terutama dalam *CSR disclosure*,

sehingga hal ini dapat meyakinkan reputasi perusahaan yang tidak hanya beraktivitas untuk keuntungannya sendiri, namun juga memperhatikan para pemangku kepentingan lainnya (Nugroho & Yulianto, 2015).

Penelitian dengan variabel kepemilikan institusional oleh Sari & Handini (2021) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, sedangkan penelitian oleh Damayanti *et al.* (2021) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk bertugas dalam mengawasi pengelolaan perusahaan, serta sebagai pihak penghubung antara pemegang saham dan dewan komisaris dengan pihak manajemen dalam menangani masalah pengendalian (Rusdiyanto *et al.*, 2019). Menurut Rivandi & Putra (2021), peran komite audit lebih besar dibandingkan dengan dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan perusahaan meningkatkan pengawasannya terhadap kegiatan CSR melalui peningkatan jumlah komite audit.

Penelitian dengan variabel komite audit oleh Erawati & Sari (2021) dan Abidin & Lestari (2020) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap CSR, sedangkan penelitian oleh Rivandi & Putra (2021) dan Amarrulloh & Annisa (2023) menunjukkan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap CSR.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi CSR adalah *Media Exposure*. *Media exposure* adalah



sebagai media mengungkapkan pencapaian yang diraih perusahaan melalui program CSR yang diungkapkan di berbagai media internet, *web* perusahaan, seperti laporan keuangannya, atau portal berita *online*. CSR *disclosure* melalui internet dipandang lebih efektif karena banyak masyarakat zaman sekarang selalu mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Melalui pengungkapan kegiatan CSR melalui berbagai media internet, upaya perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan legitimasi akan menghasilkan dampak positif. Dengan demikian, *media exposure* menjadi faktor yang penting terhadap CSR *disclosure* (Sparta & Rheadanti, 2019).

Penelitian dengan variabel *media exposure* oleh Muliwati & Hariyati (2021), Marina *et al.* (2024), dan Lubis & Dewi (2020) menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap CSRD sedangkan penelitian oleh Yuliandhari & Wulandari (2024) dan Sarra & Alamsyah (2020) menunjukkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap terhadap CSRD.

Saat ini sektor perbankan menjadi suatu perhatian dikarenakan pendapatan perusahaan perbankan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Semakin besar dana yang dialokasikan oleh perbankan untuk kegiatan CSR, maka semakin banyak pula kegiatan CSR yang dapat dilakukan sehingga masyarakat dan lingkungan sekitar dapat merasakan dampaknya. Hal ini dapat meningkatkan hubungan dan reputasi bank dimata masyarakat dan pemangku kepentingan. Dengan adanya hubungan dan reputasi yang

baik, maka masyarakat akan semakin percaya untuk berinvestasi pada perusahaan perbankan (Maulana *et al.*, 2023). Pada realisasinya, perusahaan perbankan di BEI mengalami penurunan dalam pengalokasian dana CSR-nya periode 2021 sampai 2023. Hal ini terlampir dalam laporan keberlanjutan yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Berikut adalah data alokasi dana kegiatan CSR perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.

Tabel 1. Alokasi Dana Kegiatan CSR Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI

No.	Nama Perusahaan (Kode IDX)	Alokasi Dana Kegiatan CSR (dalam Ribuan Rupiah)		
		2021	2022	2023
1	PT. Bank Aladin Syariah Tbk (BANK)	550.000	422.000	251.000
2	PT. Bank KB Bukopin Tbk (BBKP)	1.657.000	937.000	758.000
3	PT. Bank Permata Tbk (BNLI)	21.126.000	4.300.000	3.450.000

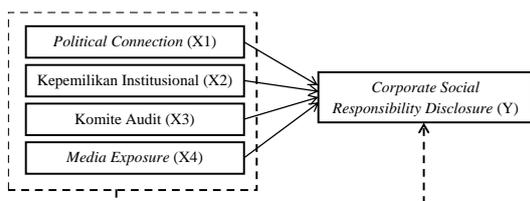
Berdasarkan data dari tabel 1.1, menunjukkan bahwa alokasi dana kegiatan CSR pada ketiga perusahaan perbankan tersebut mengalami penurunan pada tahun 2023 yang dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hasil dari data tersebut berbanding terbalik dengan pernyataan Maulana *et al.* (2023). Artinya, dengan menurunnya alokasi dana kegiatan CSR pada perusahaan perbankan akan berdampak pada reputasi dan hubungan antara masyarakat dengan bank itu sendiri, serta dapat berdampak pada hilangnya kepercayaan masyarakat untuk berinvestasi pada perbankan tersebut.

Berdasarkan fenomena dan pembahasan di atas, penulis tertarik



untuk meneliti mengenai “**Pengaruh Political Connection, Good Corporate Governance, dan Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRSD) Pada Perusahaan Perbankan di BEI**”.

Adapun kerangka pemikiran yang digunakan untuk mempermudah dalam proses analisis permasalahan yang sudah dikemukakan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Syahroni (2022), penelitian kuantitatif adalah suatu teknik ilmiah yang menggunakan data berupa angka, tabel, dan grafik, serta datanya dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Penelitian kuantitatif memanfaatkan data statistik atau angka-angka yang digunakan untuk menganalisis hipotesis serta bertujuan untuk menemukan hubungan antara variabel dengan populasi.

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder. Data sekunder adalah salah satu sumber data yang didapatkan dari data yang dikumpulkan melalui publikasi oleh pihak lain (Yuliskayani & Damayanthi, 2018). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data berbentuk laporan tahunan dan

laporan keberlanjutan dengan periode dari tahun 2021 sampai tahun 2023 yang diperoleh dari laman *website* masing-masing perusahaan perbankan.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga jenis teknik pengumpulan data, yaitu dokumentasi, studi pustaka, dan *content analysis*.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Djaali (2020), populasi merupakan keseluruhan unit penelitian atau unit analisis yang akan ditelaah atau dipelajari karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode dari tahun 2021 sampai tahun 2023. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 47 perusahaan.

Sampel

Menurut Amin *et al.* (2023), sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili seluruh populasi yang digunakan sebagai sumber data yang sebenarnya untuk suatu penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan sampel penelitian dengan menggunakan tiga kriteria. Hasil dari pengambilan sampel, terdapat 27 perusahaan perbankan yang memenuhi kriteria, sehingga jumlah data yang digunakan adalah sebanyak 78 data.

Definisi Operasional Variabel

Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRSD)

Menurut Yuliskayani & Damayanthi (2018), *Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan



gambaran mengenai hubungan perusahaan dan lingkungannya dengan mengungkapkan biaya serta manfaat sosial yang tertuang dalam informasi keuangan maupun non keuangan.

Pada penelitian ini, pengukuran variabel CSR disclosure mengacu pada indikator GRI Standard 2021 yang bersumber dari website www.globalreporting.org. GRI Standard 2021 terdapat dua standar utama, sembilan kategori, dan 117 item pengungkapan.

Menurut Jananti & Setiawan (2018), rumus untuk rasio CSR adalah sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\sum Xi,j}{nj}$$

Keterangan:

CSR : Corporate Social Responsibility Disclosure

$\sum Xi,j$: Nilai 1 jika item y diungkapkan, nilai 0 jika item y tidak diungkapkan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 117$

Political Connection

Menurut Purwanti & Sugiyarti (2017), *political connection* adalah sebuah kondisi yang di mana terjalannya suatu hubungan menguntungkan antara pihak tertentu dengan pihak berkepentingan politik yang bertujuan untuk mencapai suatu hal tertentu. Pada penelitian ini, pengukuran variabel *political connection* mengacu pada lima kategori yang diatur dalam peraturan PPATK tahun 2015 dengan mengidentifikasi hubungan politik yang dimiliki oleh para pejabat eksekutif yang tercatat dalam laporan tahunan masing-masing perusahaan serta mengidentifikasi hubungan

politik dari pejabat perusahaan melalui internet yang kemudian seluruh nilai tersebut dijumlahkan.

Kepemilikan Institusional

Menurut Rusdiyanto *et al.* (2019), kepemilikan institusional merupakan pihak pemegang saham suatu perusahaan yang terdiri dari pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian, dan institusi lainnya. Menurut Widyaningsih (2018), rumus untuk rasio kepemilikan institusional adalah sebagai berikut:

$$INST = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusi}}{\text{Jumlah saham beredar}} \times 100\%$$

Komite Audit

Menurut Rusdiyanto *et al.* (2019), komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk bertugas dalam mengawasi pengelolaan perusahaan, serta sebagai pihak penghubung antara pemegang saham dan dewan komisaris dengan pihak manajemen dalam menangani masalah pengendalian. Menurut Satria *et al.* (2023), rumus untuk pengukuran komite audit adalah sebagai berikut:

$$KA = \sum \text{Jumlah Komite Audit}$$

Media Exposure

Menurut Yuliandhari & Angraini (2022), *media exposure* adalah wadah yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan mengenai perusahaan agar dapat dilihat oleh media. Pada penelitian ini, pengukuran variabel *media exposure* adalah berdasar pada website perusahaan. Pengukuran yang dilakukan menggunakan variabel *dummy*, yang memberikan nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan kegiatan



CSR-nya, dan memberikan nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan kegiatan CSR-nya (Sparta & Rheadanti, 2019).

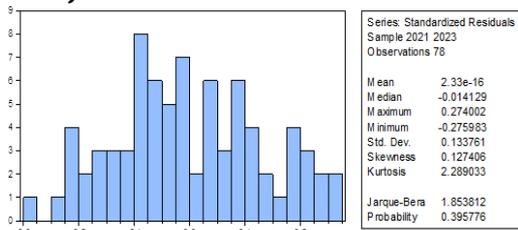
Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Pada penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan adalah dengan melakukan analisis regresi data panel dan menggunakan aplikasi *Eviews* versi 10 sebagai alat pengolahan data. Data diolah memperhitungkan dan memberikan nilai pada setiap variabel yang sesuai dengan indikator penilaian. Hasil penilaian tersebut ditabulasikan ke dalam Microsoft Office Excel 2021. Teknik analisis data yang dilakukan antara lain statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji F, koefisien determinasi/R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 3 di atas, dapat dilihat bahwa nilai Jarque-Bera sebesar 1,853812 dan nilai prob. J-B sebesar 0,395776 yang berarti > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan layak digunakan.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	0.742864	Prob. F(13,64)	0.7147
Obs*R-squared	10.22662	Prob. Chi-Square(13)	0.6753
Scaled explained SS	5.729284	Prob. Chi-Square(13)	0.9555

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 11/25/24 Time: 17:54
Sample: 1 78
Included observations: 78

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa nilai prob. *Obs*R-Squared* sebesar 0,6753 yang berarti > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang digunakan.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

	PC	INST	KA	ME
PC	1	0.3024301958570683	0.5704195138016439	0.1303423420737906
INST	0.3024301958570683	1	0.04997258269057403	0.1856891536561596
KA	0.5704195138016439	0.04997258269057403	1	0.1443242415745051
ME	0.1303423420737906	0.1856891536561596	0.1443242415745051	1

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa hasil korelasi antara variabel independen tidak terdapat nilai yang melebihi dari 0,9, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data yang digunakan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.272136	0.123105	2.210596	0.0302
PC	0.003837	0.001342	2.859533	0.0055
INST	0.060681	0.131290	0.462190	0.6453
KA	0.006220	0.016762	0.371091	0.7116
ME	0.089760	0.032594	2.753860	0.0074

Hasil persamaan regresi berdasarkan tabel 4 di atas adalah sebagai berikut:



$$\text{CSRSD} = 0,272136 + 0,003837X_1 + 0,060681X_2 + 0,006220X_3 + 0,089760X_4 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,272136 menunjukkan bahwa jika variabel independen bernilai nol, maka CSRSD akan bernilai sebesar 0,272136.
2. Nilai koefisien regresi *political connection* sebesar 0,003837 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *political connection* maka akan meningkatkan CSRSD sebesar 0,003837 dan sebaliknya.
3. Nilai koefisien regresi kepemilikan institusional sebesar 0,060681 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan kepemilikan institusional maka akan meningkatkan CSRSD sebesar 0,060681 dan sebaliknya.
4. Nilai koefisien regresi komite audit sebesar 0,006220 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan komite audit maka akan meningkatkan CSRSD sebesar 0,006220 dan sebaliknya.
5. Nilai koefisien regresi *media exposure* sebesar 0,089760 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *media exposure* maka akan meningkatkan CSRSD sebesar 0,089760 dan sebaliknya.

Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.272136	0.123105	2.210596	0.0302
PC	0.003837	0.001342	2.859533	0.0055
INST	0.060681	0.131290	0.462190	0.6453
KA	0.006220	0.016762	0.371091	0.7116
ME	0.089760	0.032594	2.753860	0.0074

Berikut uraian dari pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen yang berdasar pada tabel di atas.

1. Variabel *political connection* (PC) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,859533 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,99300 dan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0055 yang artinya lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Variabel *political connection* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSRSD.
2. Variabel kepemilikan institusional (INST) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,462190 yang artinya lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,99300 dan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,6453 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini ditolak. Variabel kepemilikan institusional secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap CSRSD.
3. Variabel komite audit (KA) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,371091 yang artinya lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,99300 dan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,7116 yang artinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini ditolak.



Variabel komite audit secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

4. Variabel *media exposure* (ME) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,753860 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,99300 dan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0074 yang artinya lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis keempat pada penelitian ini diterima. Variabel *media exposure* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Weighted Statistics			
R-squared	0.247588	Mean dependent var	0.309940
Adjusted R-squared	0.206360	S.D. dependent var	0.128441
S.E. of regression	0.114423	Sum squared resid	0.955764
F-statistic	6.005329	Durbin-Watson stat	1.866803
Prob(F-statistic)	0.000311		

Dari tabel 6 di atas, dapat diuraikan bahwa terdapat nilai f_{hitung} sebesar 6,005329 yang artinya lebih besar dari f_{tabel} sebesar 2,5 dan terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000311 yang artinya lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis kelima pada penelitian ini diterima. Variabel *political connection*, kepemilikan institusional, komite audit, dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap CSR.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa terdapat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,206360, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel *political connection*, kepemilikan institusional, komite audit, dan *media exposure* terhadap CSR adalah sebesar 20,64% dan

sisanya sebesar 79,36% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel independen dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. H1 diterima yang artinya *political connection* berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR *disclosure*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapatnya hubungan politik di suatu perusahaan akan terdapat pula usaha perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR-nya. Dengan adanya hubungan politik menunjukkan perusahaan akan lebih berupaya dalam mengungkapkan kegiatan CSR dengan kualitas yang tinggi, sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan adanya hubungan politik dalam kegiatan CSR, perusahaan akan lebih termotivasi dalam mempertahankan legitimasi dari pemangku kepentingan, sehingga kepercayaan kepada perusahaan akan semakin luas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Muliwati & Hariyati (2021) yang menunjukkan bahwa *political connection* berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR *disclosure*. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Wardah & Nugrahaningsih (2020) yang menunjukkan bahwa *political connection* tidak berpengaruh terhadap CSR *disclosure*.
2. H2 ditolak yang artinya kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR *disclosure*. Hal ini menunjukkan bahwa seberapa besar kecilnya kepemilikan



saham oleh institusi lain, tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan kegiatan CSR oleh perusahaan. Kepemilikan institusional yang tidak mempengaruhi CSRD menandakan bahwa perusahaan kurang mengutamakan kegiatan sosialnya dalam mengawasi kinerja perusahaan, serta perusahaan cenderung memperhatikan peningkatan harga saham. Dengan demikian, perusahaan melakukan pengawasan terhadap kinerja manajemen untuk meningkatkan reputasi cenderung lebih memperhatikan pada keuntungan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Damayanti et al. (2021) yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap CSR disclosure. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Sari & Handini (2021) yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR disclosure.

3. H3 ditolak yang artinya komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure. Hal ini menunjukkan bahwa seberapa pun besar kecilnya ukuran komite audit di suatu perusahaan, tidak mempengaruhi keefektifan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam hal ini, komite audit yang dibentuk oleh perusahaan hanya sebatas berfungsi untuk mengawasi kinerja perusahaan mengenai

pengendalian internal dan kualitas laporan keuangan, sehingga komite audit hanya berperan dalam memenuhi peraturan saja dan tidak mengutamakan kegiatan CSR. Dengan demikian, komite audit cenderung lebih mengutamakan hasil audit laporan keuangannya dibandingkan kegiatan CSR-nya untuk meningkatkan reputasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Rivandi & Putra (2021) dan Amarrulloh & Annisa (2023) yang menunjukkan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap CSR disclosure. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Erawati & Sari (2021) dan Abidin & Lestari (2020) yang menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR disclosure.

4. H4 diterima yang artinya media exposure berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR disclosure. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih banyak memberitakan atau menerapkan media exposure akan lebih rinci pula pengungkapan kegiatan CSR-nya. Dengan adanya penerapan media exposure menunjukkan perusahaan terus berupaya dalam bersikap berhati-hati, perhatian dan peduli terhadap permasalahan sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan. Dengan adanya pemberitaan CSR melalui media, masyarakat akan dapat lebih mudah dalam mengawasi suatu perusahaan, sehingga kepercayaan masyarakat akan



- meningkat serta perusahaan dapat mempertahankan legitimasinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Muliwati & Hariyati (2021), Marina et al. (2024), dan Lubis & Dewi (2020) yang menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR disclosure. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Yuliandhari & Wulandari (2024) dan Sarra & Alamsyah (2020) yang menunjukkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap CSR disclosure.
5. H5 diterima yang artinya variabel *political connection*, kepemilikan institusional, komite audit, dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD). Pengaruh keempat variabel independen tersebut sebesar 20,64% terhadap variabel dependen dan sisanya sebesar 79,36% dipengaruhi oleh variabel independen lain, yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan data yang telah diujikan.

1. *Political connection* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) pada perusahaan perbankan di BEI. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas *political connection* lebih kecil dari nilai signifikan 0,05.

2. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) pada perusahaan perbankan di BEI. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas kepemilikan institusional lebih besar dari nilai signifikan 0,05.
3. Komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) pada perusahaan perbankan di BEI. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas komite audit lebih besar dari nilai signifikan 0,05.
4. *Media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) pada perusahaan perbankan di BEI. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas *media exposure* lebih kecil dari nilai signifikan 0,05.
5. *Political connection*, kepemilikan institusional, komite audit, dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) pada perusahaan perbankan di BEI. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikan 0,05. *Political connection*, kepemilikan institusional, komite audit, dan *media exposure* memberikan pengaruh sebesar 20,64% terhadap CSRSD dan sisanya sebesar 79,36% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel independen dalam penelitian ini.

Saran



Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini terdapat kekurangan serta keterbatasan, sehingga peneliti memiliki beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini adalah hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) yang di mana besaran pengaruhnya adalah sebesar 20,64% dan sisanya sebesar 79,36% dipengaruhi oleh variabel independen lain di luar dari penelitian ini. Maka dari itu, saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi CSR dapat menggunakan variabel independen lain selain dari variabel *political connection*, kepemilikan institusional, komite audit, dan *media exposure*. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel penelitian yang terdaftar di BEI selain perusahaan perbankan agar dapat mengembangkan sektor yang lebih luas.
2. Bagi perusahaan yang terdaftar di BEI, terutama perusahaan perbankan diharapkan dapat melengkapi laporan keberlanjutannya dengan mengungkapkan kegiatan CSR menggunakan indeks GRI, sehingga dapat mempermudah peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang serupa serta mempermudah pengguna laporan perusahaan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Selain itu,

berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap perusahaan perbankan di BEI agar dapat lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi CSR, sehingga perusahaan lebih baik dalam meningkatkan reputasinya, terutama dalam kegiatan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Arianugrahini, I., & Firmansyah, E. A. (2020). Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Perbankan Syariah di Indonesia (Determinants of Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure at Islamic Commercial Banks in Indonesia). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 4(2), 88–101. <https://doi.org/10.21070/perisai.v4i2.841>
- Arowoshegbe, A. O., & Uniamikogbo, E. (2016). Sustainability and Triple Bottom Line: An Overview of Two Interrelated Concepts. *Igbinedion University Journal of Accounting*, 2, 88–126.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Jananti, N. W. R., & Setiawan, P. E. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak pada Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 170–195. <https://doi.org/10.24843/eja.20>



- 18.v24.i01.p07
- Pranoto, N. A. T., Titisari, K. H., & Suhendro. (2024). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 4169–4183.
- Purwanti, S. M., & Sugiyarti, L. (2017). Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Pertumbuhan Penjualan dan Koneksi Politik Terhadap Tax Avoidance. In *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan* (Vol. 5, Issue 3, pp. 1625–1641).
- Putranto, Y. A., & Kewal, S. S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Berbasis Karakteristik Social Bank Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 18(3), 475–490. <https://doi.org/10.24912/ja.v18i3.277>
- Rusdiyanto, Susetyorini, & Elan, U. (2019). *Good Corporate Governance Teori dan Implementasinya di Indonesia*. Refika Aditama.
- Satria, H., Suhardjanto, D., Widarjo, W., Honggowati, S., & Setiorini, K. R. (2023). Corporate Governance Mechanism, Political Connection, and Accounting Conservatism: Evidence from Indonesia. *Migration Letters*, 20(S5), 498–508. <https://doi.org/https://doi.org/10.59670/ml.v20iS5.4028>
- Satriadi, Moeins, A., Agusven, T., Sjukun, & Sumardin. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Azka Pustaka.
- Sparta, S., & Rheadanti, D. K. (2019). Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI. *Equity: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 22(1), 12–25. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Wardah, A. M., & Nugrahaningsih, P. (2020). Analisis Pengaruh Koneksi Politik dan Corporate Governance terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan Indonesia. In *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* (Vol. 8, Issue 2, pp. 134–156). <https://jurnal.stienganjuk.ac.id/index.php/ojsmadani/article/view/111>
- Widyaningsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, serta Komite Audit pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. In *Jurnal Akuntansi dan Pajak* (Vol. 19, Issue 1, pp. 38–52). <https://doi.org/10.29040/jap.v19i1.196>
- Yuliandhari, W. S., & Angraini, P. A. (2022). Pengaruh Media Exposure, Koneksi Politik, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. In *Jurnal Mirai Management* (Vol. 7, Issue 3, pp. 43–55). <https://www.journal.stieamkop>



ac.id/index.php/mirai/article/view/2612

Yuliskayani, L., & Damayanthi, I. G. A. E. (2018). Consumer Proximity, Media Exposure, Enviromental Sensitivity, dan Profitability dalam Memengaruhi CSRD di Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(3), 1651-1681. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i03.p02>