



JIGE 6 (3) (2025) 1694-1706

JURNAL ILMIAH GLOBAL EDUCATION

ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/jige

DOI: <https://doi.org/10.55681/jige.v6i3.3845>

Pengaruh Karakteristik CEO Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Industri Keuangan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Anisa Fatmawati^{1*}, Elin Erlina Susanti¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Corresponding author email: anisafm0608@gmail.com

Article Info

Article history:

Received July 16, 2025
Approved August 12, 2025

Keywords:

CSR, CEO Characteristics,
Size, Profitabilitas,
Leverage

ABSTRACT

This study aims to analyze The purpose of this research is to examine the relationship between CSR and CEO Characteristics, Company Size, profitability, and leverage in financial companies. The data used is secondary data obtained from the public financial reports of the Indonesia Stock Exchange (IDX). Emitters on the IDX consist of 104 major financial companies from 2019 to 2023. The research sample is taken from 19 financials. This study uses panel data regression analysis, model testing, classical assumption testing, and hypothesis testing using the STATA 17 statistical software. The results of this study indicate that CEO age positively and significantly influences CSR disclosure.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara CSR dengan Karakteristik CEO, ukuran Perusahaan, profitabilitas dan leverage pada perusahaan keuangan. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan publik Bursa Efek Indonesia (BEI). Emiten di BEI terdiri dari 104 perusahaan Keuangan pada periode 2019 hingga 2023. Sampel penelitian ini diambil dari 19 perusahaan utama industri keuangan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik analisis data meliputi regresi data panel, pengujian model, uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis dengan alat statistik STATA 17. Hasil penelitian ini menunjukkan Gender CEO, masa jabatan CEO, dan pendidikan CEO tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR. Sedangkan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hanya usia CEO yang memiliki pengaruh terhadap CSR.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Fatmawati, A., & Susanti, E. E. (2025). Pengaruh Karakteristik CEO Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Industri Keuangan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(3), 1694–1706. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i3.3845>

PENDAHULUAN

Dewasa ini program CSR sedang menjadi trend di Indonesia, karena melalui inilah perusahaan dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan dan pemegang sahamnya, posisi merk perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan Rindawati & Asyik, (2013). Alasan tersebut mendorong perusahaan untuk berlomba-lomba meluncurkan berbagai program-program CSR yang beraneka ragam perusahaan-perusahaan percaya bahwa kinerja keuangan mereka dapat meningkat apabila perusahaan menerapkan CSR dengan baik dan benar. Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh karakteristik CEO terhadap CSR telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Diantaranya adalah penelitian dari Rahmawati & Juliarto (2024) yang menunjukkan bahwa gender CEO dan ukuran dewan direksi berpengaruh positif terhadap CSR. CEO yang mempunyai gender perempuan memberikan dampak positif terhadap pengungkapan CSR di industri pertambangan. Akan tetapi, lama menjabat dewan direksi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Selain itu, penelitian lain dari Candra & Susi Dwi Mulyani (2023) menyebutkan bahwa jenis kelamin CEO mempunyai pengaruh positif terhadap adopsi CSR, sedangkan usia CEO, masa jabatan, pengalaman bertahun-tahun di industri, dan latar belakang pendidikan tidak berpengaruh. Pada penelitian Kharisma & Sulistyowati (2022) menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility dan Firm size atau ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2020. Dalam penelitian Christiawan & Andayani (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan Return On Equity (ROE) berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Penelitian dari (Candra & Susi Dwi Mulyani, 2023) menjelaskan bahwa profitabilitas perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kecenderungan CSR. Penelitian dilakukan untuk menganalisis pengaruh karakteristik CEO yang meliputi masa jabatan, gender, usia, dan latar belakang pendidikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan disertai adanya variabel kontrol yakni Size, Profitabilitas, Leverage yang belum diteliti sebelumnya.

Teori Stakeholder menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut Ghozali dan Chariri (2007) dalam (Ulya & Parasetya, 2024). Teori Stakeholder dimulai dengan asumsi bahwa nilai secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. Teori stakeholder (Stakeholder Theory) pertama kali diperkenalkan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 dan telah berkembang menjadi salah satu teori utama dalam manajemen strategis dan etika bisnis. Teori ini berpendapat bahwa perusahaan harus mengelola hubungan dengan semua pemangku kepentingan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kegiatan Perusahaan (Agustine & Ratmono, 2019). Implementasi praktik Corporate Social Responsibility (CSR) dalam teori stakeholder memberikan perusahaan panduan untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta harapan dari berbagai pemangku kepentingan (Jayadi et al., 2024). Hal ini penting karena keberhasilan jangka panjang perusahaan sering kali bergantung pada bagaimana perusahaan mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan tersebut.

Teori Sinyal (Signalling Teory) berbicara mengenai manajer yang menggunakan akun-akun dalam laporan keuangan untuk memberikan tanda atau signal harapan dan tujuan masa depan. Dalam teori signal, dijelaskan bahwa dalam perusahaan diperlukan keterbukaan informasi antara pihak internal dan eksternal. Ketidakseimbangan informasi dapat terjadi diantara dua kondisi ekstern yaitu perbedaan informasi yang kecil sehingga tidak mempengaruhi manajemen, atau perbedaan yang sangat signifikan sehingga dapat berpengaruh terhadap manajemen perusahaan (Sartono (2002) dalam Ayem & Enumbi, 2024). Oleh sebab itu, semua informasi perusahaan baik itu informasi keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan. Informasi tersebut antara lainnya, yaitu tentang laporan keuangan dan aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan.

Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antar anggota-anggota dalam perusahaan, dimana prinsipal dan agen sebagai pelaku utama. Prinsipal yaitu investor atau pemilik perusahaan merupakan pihak yang memberikan wewenang kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen yaitu manajer merupakan pihak yang diberi wewenang oleh prinsipal untuk menjalankan perusahaan. Pihak perusahaan biasanya mengalami beberapa konflik dengan pihak eksternal perusahaan. Teori Agensi menunjukkan bagaimana CSR dapat membantu mengatasi masalah agensi. Barako et al.,(2006) dalam Zidane & Kusumadewi (2023) menjelaskan bahwa dengan melakukan CSR, manajer dapat memberikan informasi secara sukarela yang akan membantu mengurangi biaya agensi dan meyakinkan pengguna bahwa manajer bertindak sesuai dengan yang terbaik. Informasi tersebut dapat diterima sebagai bagian dari proses pemantauan untuk meminimalkan ketidakseimbangan informasi dan masalah agensi.

Karakteristik CEO meliputi kualifikasi pribadi yang memengaruhi gaya kepemimpinan dan kinerja organisasi (Wijaya et al., 2024). Dalam pelaksanaan CSR pada suatu perusahaan, CEO memiliki peran yang cukup penting untuk memutuskan akan seperti apa rencana perusahaan dalam melakukan CSR sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan CEO sangat lah berpengaruh pada pelaksanaan CSR perusahaan. Adapun beberapa faktor dalam karakteristik CEO yang dapat mempengaruhi dalam penerapan CSR, seperti usia CEO, jenis kelamin CEO, lamanya masa jabatan, pengalaman kerja dan latar Pendidikan (Nathaniel et al., 2020)

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa jenis kelamin atau gender seorang CEO berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Melalui keberagaman gender ini dapat memperkuat atau memperlemah kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Akbar & Juliarto, 2023) yang menyatakan dengan adanya keberagaman gender maka akan memudahkan perusahaan dalam mengambil keputusan strategis yang lebih baik serta akan memengaruhi kinerja perusahaan kedepannya. Maka dengan adanya pernyataan tersebut disusunlah hipotesis penelitian yakni:

H1: Gender CEO berpengaruh positif terhadap pengakuan CSR

Teori Upper Echelons Hambrick (2007) menjelaskan bahwa keberlangsungan Perusahaan dapat dipengaruhi oleh persepsi dari seorang CEO. Tentunya persepsi yang dimiliki oleh setiap CEO berbeda-beda. Individu muda memiliki pengetahuan dan penilaian yang baik terkait lingkungan, dengan begitu individu muda lebih memperhatikan masalah lingkungan Kristiawan, 2020 dalam Indriani (2022) dari pernyataan tersebut maka disusunlah hipotesis penelitian yakni:

H2: Usia CEO berpengaruh positif terhadap pengakuan CSR

Masa jabatan adalah masa pengabdian Direktur Utama bekerja/mengabdikan di perusahaan. Beberapa ahli teori manajemen strategis mengemukakan pendapat bahwa masa jabatan seorang Direktur Utama dalam suatu organisasi mempengaruhi kondisi eksekutif. Semakin lama masa jabatan Direktur Utama menyebabkan kekakuan dalam struktur perusahaan dan semakin kecil untuk mempromosikan atau mengubah strategi lama. Penelitian dari Marjono & Wijaya (2022) menyatakan bahwa masa jabatan CEO berpengaruh positif terhadap manajemen Perusahaan yang akan mempengaruhi kinerja Perusahaan kedepannya. Sehingga dengan demikian disusunlah hipotesis:

H3: Masa Jabatan CEO berpengaruh terhadap pengakuan CSR

Latar belakang Pendidikan CEO dapat mempengaruhi kebijakan dalam mengambil keputusan. Penelitian dari Nathaniel et al., (2020) dalam Candra & Susi Dwi Mulyani (2023) yang menyatakan bahwa pendidikan CEO memengaruhi penerapan CSR. Selain itu, penelitian dari Dwimarta et al., (2023) menjelaskan bahwa Pendidikan CEO memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR secara signifikan. CEO yang memiliki gelar jenjang pendidikan yang lebih tinggi memungkinkan mereka untuk mengelola kepentingan saham dengan lebih baik, terutama yang memiliki fokus pada kegiatan dengan orientasi CSR (Kabir & Thai, 2021). Dari pernyataan diatas maka disusunlah hipotesis penelitian yakni:

H4: Latar belakang Pendidikan CEO berpengaruh pengakuan CSR

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial Perusahaan. Size atau ukuran Perusahaan mendukung Perusahaan untuk bertindak lebih dalam CSRnya. Penelitian dari Purnasiwi & Sudarno (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dari pernyataan tersebut maka hipotesis penelitian yakni:

H5: Size Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengaruh CSR

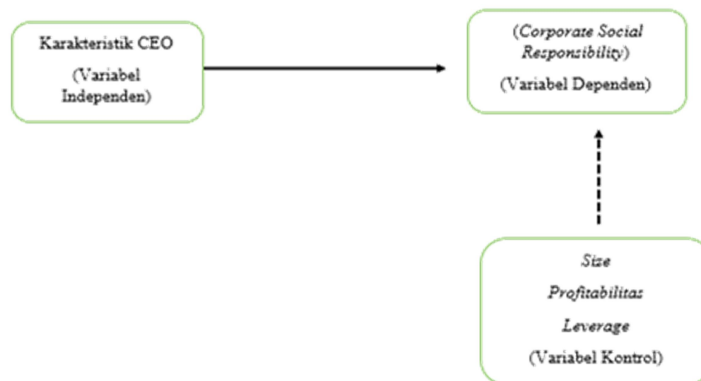
Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dalam periode tertentu. Dengan adanya pengungkapan CSR pada laporan keuangan suatu perusahaan, maka hal ini akan memperkuat citra perusahaan tersebut dan akan menjadi salah satu pertimbangan bagi investor maupun calon investor dalam melakukan investasi. Penelitian dari Fadina et al., (2020) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis penelitian ini yakni:

H6: Profitabilitas Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengaruh CSR

Leverage menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai aktivitas operasinya. Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat leverage tinggi akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat leverage rendah. Hal ini dilakukan karena dengan adanya pengungkapan CSR diharapkan pemangku kepentingan seperti kreditur dan investor melihat hal tersebut sebagai jaminan akan keberlangsungan perusahaan Putri dan Christiawan 2014 dalam (Ramadhani & Maresti, 2021). Penelitian dari (Ramadhani & Maresti (2021) menyatakan bahwa

leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Dari pernyataan tersebut maka disusunlah hipotesis penelitian yakni:

H7: Leverage Perusahaan berpengaruh postifi terhadap pengaruh CSR



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih Sugiyono (2017) dalam (Ani et al., 2021). Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal (sebab-akibat) yang dimana variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Karakteristik CEO yang meliputi Usia, Gender, latar belakang Pendidikan serta masa jabatan CEO. Selain itu, variabel control dalam penelitian ini meliputi Ukuran Perusahaan (*size*), profitabilitas dan *leverage*

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 104 perusahaan industri keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 19 perusahaan utama. Sampel dari penelitian ini ditentukan melalui kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan industri keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019-2023
2. Perusahaan industri keuangan yang mempublikasikan *financial report* dan *annual report* secara lengkap selama tahun 2019-2023
3. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR, *size(ukuran)*, *profitabilitas*, dan *leverage* dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama 2019-2023
4. Perusahaan yang mengungkapkan GRI di *Sustainability Report*

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas (Sujarweni, 2018) dalam (Riska et al., 2023). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Variabel independen utama penelitian ini adalah karakteristik CEO. Mengadopsi ukuran yang digunakan oleh studi Candra & Susi Dwi Mulyani, 2023 membuat variabel dummy berlabel

GDR, di mana peneliti menandai 1 jika perusahaan memiliki CEO wanita, dan 0 sebaliknya. Proksi kedua dari karakteristik CEO adalah masa jabatan CEO (TNR) yang dibangun dengan mengikuti ukuran yang dikembangkan di mana peneliti menghitung berapa tahun CEO menjabat posisi tersebut. Proksi ketiga CEO age (AGE) yang diukur dengan usia CEO. Proksi keempat CEO education (EDU) merupakan dummy variable, dimana peneliti menandai 1 jika CEO yang memiliki S2 / S3 degree, dan 0 sebaliknya. Variabel kontrol merupakan variabel yang dikendalikan sehingga pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Variabel kontrol dalam penelitian ini meliputi Ukuran Perusahaan (Size) dengan indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah jumlah tenaga karyawan. Profitabilitas dengan indikator yang digunakan adalah jumlah pendapatan per lembar saham. Serta Leverage dengan Indikator yang digunakan adalah rasio hutang terhadap modal sendiri.

Teknik Analisis data pada penelitian ini menggunakan beberapa uji:

1. Uji Normalitas

Analisis statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi (2-tailed) menunjukkan lebih dari 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas, dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF).

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ada korelasi antar anggota sampel. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari suatu observasi ke observasi lainnya.

4. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berada pada jarak antara 0 sampai dengan 1 ($0 < R < 1$).

5. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh model hubungan antar variabel Harlan, 2018 dalam (Parafitasari, 2020).

6. Uji-T

Uji T merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Hasil Statistik Deskriptif

Variable	Mean	Std.Dev	Min	Max
GENDER	0.421053	0.2018947	0	1
AGE	59.15789	11.141156	0	74
TENURE	4	5.004254	1	26
EDU	0.7052632	0.4583431	0	1
CSR	30.44211	16.764778	1	62
SIZE	37.86316	22.71498	1	77
ROA	47.16842	27.32572	1	94
LEVERAGE	48	27.5681	1	95

Sumber : Data penelitian, 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas variabel Gender (Jenis Kelamin CEO) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,421 dengan nilai minimum 0 dan maksimum 1. Dengan kata lain, pada perusahaan BUMN yang menjadi sampel penelitian didominasi oleh CEO berjenis kelamin laki-laki . Selain itu, juga didapatkan nilai standar deviasi sebesar 0,2018. Di mana nilai standar deviasi tersebut lebih kecil dari nilai rata-rata, sehingga dapat dikatakan bahwa data pada variabel telah terdistribusi dengan normal.

Terlihat pada tabel di atas, nilai rata-rata Age (Usia CEO) lebih besar dari nilai standar deviasi sebesar 11,141. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa bukti bahwa data AGE diberikan secara normal. Variabel tenure (Masa Lama Menjabat CEO) memiliki nilai rata-rata sebesar 4 dengan nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 26. Berdasarkan nilai tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar CEO memiliki masa jabatan hampir 4 tahun. Selain itu, berdasarkan tabel di atas juga didapatkan nilai standar deviasi sebesar 5,0042 dan lebih besar dari rata-rata sehingga data terindikasi terdistribusi tidak normal. Variabel Edu (Latar belakang pendidikan CEO) memiliki nilai rata rata sebesar 0,7502 dengan nilai maksimum sebesar 1 dan minimum 0. Selain itu, didapatkan nilai standar deviasi sebesar 0,458 dan lebih kecil dari nilai rata-rata yang didapatkan, sehingga dapat diindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian terdistribusi dengan normal.

Variabel size (Ukuran Perusahaan) memiliki nilai rata-rata sebesar 37,86 dan didapatkan nilai standar deviasi sebesar 22,71 dan lebih kecil dari nilai rata-rata yang didapatkan, sehingga dapat diindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian terdistribusi dengan normal. Variabel CSR (Corporate Social Responsibility – Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 30,42 dan didapatkan nilai standar deviasi sebesar 16,764 dan lebih kecil dari nilai rata-rata yang didapatkan, sehingga dapat diindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian terdistribusi dengan normal.

Variabel ROA (Profitabilitas) memiliki nilai rata-rata sebesar 47,168 dan didapatkan nilai standar deviasi sebesar 27,325 dan lebih kecil dari nilai rata-rata yang didapatkan, sehingga dapat diindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian terdistribusi dengan normal. Berdasarkan nilai tersebut dapat dikatakan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki pertumbuhan usaha yang positif .

Variabel leverage (LEV) yang dapat dilihat dari total kewajiban dibagi dengan total aktiva perusahaan keuangan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 48 dan didapatkan nilai standar deviasi 27,56. Dari data diatas dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajiban seandainya perusahaan dilikuidasi berdasarkan jumlah aset adalah sebesar 48%

Uji Asumsi Klasik

Tujuan uji normalitas adalah untuk menilai apakah di dalam suatu model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Mardiatmoko, (2020) mengungkapkan bahwa Model regresi yang baik merupakan model regresi yang distribusi datanya normal atau mendekati normal. Apabila ketika dilakukan uji normalitas mengindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian cenderung tidak normal, maka dapat digunakan asumsi Central Limit Theorem yaitu apabila jumlah observasi cukup besar atau lebih dari 30 ($n > 30$), maka dapat mengabaikan asumsi normalitas atau distribusi data dianggap normal Gujarati (2009) dikutip dalam (Ramadhani et al., 2021).

Uji Multikolinearitas

Tabel 2.
Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	VIF	1/VIF
LEVERAGE	4.21	0.237444
EDU	3.84	0.260107
ROA	3.43	0.291961
SIZE	2.62	0.381122
TENURE	1.77	0.564075
AGE	1.16	0.859098
GENDER	1.11	0.904941
Mean VIF	2.59	

Sumber: Data penelitian, 2025

Dari hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa data tersebut memenuhi asas homokedastisitas. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa $\text{prob} > \chi^2$ 0.0490. Angka ini kurang dari alpa 0.05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari heterokedastisitas.

Koefisien Determinasi

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Fixed effect (within) regression	Number of obs	=	95			
Group Variable : id	Number of groups	=	19			
R-squared	Obs per group					
Within = 0.2452	min =		5			
Between= 0.0057	avg =		5.0			
Overall = 0.0031	max =		5			
Corr(u_i, xb) = 0.9101	F (7,18)	=	73.23			
	Prob > F	=	0.0000			
Var y	Coefficient	Robust Std. err.	T	p> t 	[95% conf. interval]	
Gender	-14.74084	4.886431	-3.02	0.007	-25.00685	-4.474826
Age	.3260469	.0892872	3.65	0.002	.1284613	.5136324
Tenure	-4.702699	1.299189	-3.63	0.002	-7.432194	-1.973204
Edu	1.632213	3.05882	0.53	0.600	-4.79426	8.058685
Size	-.9618932	.278694	-3.45	0.003	-1.547344	-.3763344
ROA	-.0246749	.0567989	-0.43	0.669	-.144004	.09465533
Leverage	-.1286558	.0936193	-1.37	0.186	-.3253426	.068031
_cons	92.48005	12.07178	7.66	0.000	67.118117	117.8419
Sigma_u	29.361257					
Sigmae_e	13.733177					
Rho	.82049767	(fraction of variance due to u_i				

Sumber : Data penelitian, 2025

Berdasarkan angka pada Overall ditemukan angka sebesar 0.0031. Artinya variasi variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel x sebesar 0,031%. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Hasil Uji T

Berdasarkan pada tabel 4, hasil dari hipotesis 1 yaitu variabel X1 (Gender), nilai probabilitasnya adalah 0,007 yang melampaui ambang batas signifikansi 0,05, yang menunjukkan ada pengaruh yang signifikan. Sementara itu, nilai koefisien sebesar -14,74084 mencerminkan arah yang negatif, yang menunjukkan bahwa pengungkapan gender tidak berpengaruh positif terhadap CSR; dengan demikian, H1 kurang mendukung hipotesis. Artinya Gender CEO tidak berpengaruh terhadap CSR artinya jika CEO tersebut laki laki maupun Perempuan maka tidak akan mempengaruhi baik buruknya pengungkapan CSR. Penelitian dari Yanto & Juliana (2019) bahwa wanita dalam dimensi CSR memiliki sedikit lebih banyak perhatian dibandingkan dengan pria, jadi tidak ada perbedaan signifikan dan berarti antara pria dan wanita dalam hal CSR. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa setiap individu yang dibedakan atas gender sama-sama memiliki kesadaran yang tinggi untuk benar-benar melaksanakan pengungkapan CSR pada perusahaan.

Hipotesis 2 diterima, dikarenakan menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,002 yang berada dibawah Tingkat signifikan 0,05 yang menunjukkan pengaruh yang signifikan, dengan nilai koefisiensi 0,3260469, mencerminkan arah positif dengan demikian H2 diterima. Usia CEO terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), di mana CEO dengan usia yang lebih matang cenderung memprioritaskan dan mengungkapkan informasi CSR yang lebih komprehensif. Penelitian oleh (Chou dan Chan, 2018) dan (Bouaziz et al., 2020) menyatakan bahwa usia CEO tidak mempunyai pengaruh yang signifikan antara kedua variable bersangkutan

Hipotesis 3 tidak dapat diterima dikarenakan menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,002 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, yang menunjukkan pengaruh yang signifikan. Namun, dengan nilai koefisien sebesar -4,7026992, yang menunjukkan pengaruh negatif, Masa jabatan CEO tidak berpengaruh secara positif secara signifikan. Sesuai dengan penelitian (McCarthy et al., 2017) bahwa masa jabatan CEO di perusahaan, khususnya di BUMN, tidak berhubungan dengan kecenderungan untuk melaksanakan CSR

Hipotesis 4 dinyatakan tidak dapat diterima dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0,600 yang berada jauh diatas Tingkat signifikansi 0,005, yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Namun latar belakang pendidikan CEO memiliki pengaruh yang positif dengan nilai koefisien sebesar 1,632213. CEO dengan tingkat pendidikan tinggi memiliki pengetahuan yang dapat membantu untuk membentuk pandangan yang strategis bagi keberlangsungan perusahaan terkait dengan pengungkapan CSR, sehingga menghasilkan temuan yang positif tetapi tidak signifikan (Ma et al., 2020).

Penelitian juga menguji dampak variabel kontrol terhadap pengungkapan CSR. Hipotesis 5 yaitu ukuran perusahaan (C1) memiliki nilai koefisiensi bertanda negatif dengan nilai - .9618392. Koefisien negatif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan negatif atau tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Dilihat dari nilai signifikansi untuk ukuran perusahaan adalah 0.003, dimana nilai signifikansi tersebut masih lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ (nilai uji signifikansi $0.003 < sig 0.05$). Dengan demikian, H5 ditolak yang berarti ukuran perusahaan (size) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hipotesis 6 yaitu profitabilitas (C2) memiliki nilai koefisiensi bertanda negatif dengan nilai -.0246749 koefisien negatif menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Dilihat dari nilai signifikansi untuk profitabilitas adalah 0.669, dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari $\alpha = 0.05$ (nilai uji signifikansi $0.669 > sig 0.05$). Dengan demikian, H6 ditolak yang berarti profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan. Peningkatan jumlah profitabilitas dari perusahaan belum tentu mendorong perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara lebih besar. Hasil penelitian ini mendukung dengan penelitian Yormi et.al (2017) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hipotesis 7 yaitu leverage (C3) memiliki nilai koefisiensi bertanda negatif dengan nilai -.1286558 dan memiliki nilai signifikansi 0.186 yang berarti lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat diartikan bahwa variable leverage bernilai negatif dan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dengan demikian H7 ditolak. Dalam teori legitimasi, Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan berusaha lebih dalam mempertahankan legitimasi para krediturnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sumarni (2022) yang mengatakan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana karakteristik CEO, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan leverage memengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan keuangan di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 baik secara terpisah maupun bersama-sama. Hasil regresi menunjukkan bahwa karakteristik CEO memiliki pengaruh yang berbeda terhadap CSR. Gender CEO, masa jabatan CEO, dan pendidikan CEO tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR. Namun, Usia CEO memiliki pengaruh terhadap CSR. Sedangkan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu hanya mencakup perusahaan sub-sektor industri keuangan yang terdaftar di BEI, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisir ke sektor lain. Dan beberapa perusahaan belum mempublikasikan laporan CSR pada sustainability report secara lengkap selama tahun penelitian. Penelitian selanjutnya agar dapat memperluas objek penelitian tidak hanya pada perusahaan keuangan, tetapi dilakukan pada sektor perusahaan yang lainnya. Diharapkan pula untuk menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Sehingga untuk kedepannya penelitian yang dilakukan akan mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, Y. S., & Ratmono, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. *Equity*, 22(1), 1–11. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.897>
- Akbar, M., & Juliarto, A. (2023). Keberagaman gender dewan direksi memoderasi pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan (studi kasus pada perusahaan non-keuangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2018-2021). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(4), 1–13.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2303–1174), 663–674.
- Ayem, S., & Enumbi, M. (2024). *Pengaruh Asas Trilogi Kepemimpinan dan Aksebilitas Laporan Keuangan Terhadap Penerapan Transparansi Pelaporan Keuangan*. 12(1), 11–25.
- Candra, K. A., & Susi Dwi Mulyani. (2023). Pengaruh Karakteristik Ceo Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3459–3468. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18046>
- Christiawan, S. F., & Andayani. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(2), 1–16.
- Dwimarta, F., Pramesti, M., Sulung, L. A. K., & Gandakusuma, I. (2023). Peran Pendidikan CEO, Keberagaman Gender , dan Dimensi Keuangan Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Sektor Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia* •, 46(1), 62–70.
- Fadina, N., Nuraisyiah, & Samsinar. (2020). *Analisis Size Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. 7(2017).

- Indriani, N. S. (2022). CORPORATE GOVERNANCE DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. In *Braz Dent J.* (Vol. 33, Issue 1).
- Jayadi, Wihardja, I., & Yolanda, N. (2024). *CSR dan Kinerja Keuangan Perusahaan Publik Terdaftar di Malaysia.* 25(1), 89–97.
- Kabir, R., & Thai, H. M. (2021). Key factors determining corporate social responsibility practices of Vietnamese firms and the joint effects of foreign ownership. *Journal of Multinational Financial Management*, 59(2018). <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2020.100676>
- Kharisma, V. O., & Sulistyowati, E. (2022). Pengaruh Leverage dan Firm Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 407. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.409>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marjono, C. C., & Wijaya, H. (2022). Pengaruh Masa Jabatan CEO Terhadap Manajemen Laba Akrua. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 57–78. <https://doi.org/10.21831/nominal.v11i1.41432>
- Nathaniel, et al. (2020). Pengaruh karakteristik CEO terhadap tingkat performa corporate social responsibility (CSR) perusahaan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi FE UST*, 8(1), 31–50. <https://doi.org/10.26460/ja.v8i1.1194>
- Parafitasari, F. S. (2020). *PENGARUH BOARD GENDER DIVERSITY TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE.*
- Pare, Y. K., Sondakh, J. J., & Morasa, J. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Perbankan Konvensional di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 8(2), 317–329. <https://doi.org/10.35800/jjs.v8i2.18631>
- Purnasiwi, J., & Sudarno. (2020). ANALISIS PENGARUH SIZE, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA JayantiANALISIS PENGARUH SIZE, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BUR. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Rahmawati, I., & Juliarto, A. (2024). PENGARUH KEBERLANJUTAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN KARAKTERISTIK CEO SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021). *Diponegoro Journal of Accounting*, 13(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Ramadhani, R., & Maresti, D. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.262>
- Rindawati, M., & Asyik, N. (2013). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan kepemilikan publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), 2–5.
- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk Dan Marketing Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Economina*, 2(10), 2722–2739.
- Sumarni. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social

- Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Issi Tahun 2016-2020. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 2(1), 228–237. <https://doi.org/10.53566/jer.v2i1.74>
- Ulya, S. N., & Parasetya, M. T. (2024). Pengaruh Aspek Investasi Terhadap Pelaporan Corporate Social Responsibility, Dengan Board Monitoring Sebagai Variabel Moderasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 13(1), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Wijaya, F. M., Safitri, R. H., & Yuniartie, E. (2024). Pengaruh Karakteristik CEO terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik di Indonesia. *RISET & JURNAL AKUNTANSI*, 8(3), 2356–2366. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2189>
- Yanto, T., & Juliana, C. (2019). Pengaruh Gender Dan Latar Belakang Pendidikan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 11(2), 134–154. <https://doi.org/10.25170/wpm.v11i2.4524>
- Zidane, M. H., & Kusumadewi, R. K. A. (2023). PENGARUH CSR DAN TINGKAT UTANG TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK (Kajian pada Perusahaan Tercatat di BEI Pada 2019 – 2021). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(4), 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/41606/30072>