

**NARSISME DIREKTUR UTAMA, REPRESENTASI WANITA DALAM
DEWAN DIREKSI, DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PERUSAHAAN**

Jurnal

Dosen Pembimbing:

Zuni Barokah, S.E., M.Comm., Ph.D., CA.



Oleh:

Zakiyyah Aritasari

19/447432/PEK/24733

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2021**

Pendahuluan

Pelaporan tanggung jawab sosial digunakan perusahaan dalam memposisikan dirinya untuk melaporkan pencapaian terhadap tujuan keberlanjutan secara transparan (Mukherjee dan Nuñez, 2019). Transparansi mengacu pada cerminan sebenarnya dari laporan yang ditunjukkan oleh perusahaan (Nair *et al.*, 2019). Pada konteks pengungkapan tanggung jawab sosial ini, perusahaan di Indonesia cenderung masih lamban dalam mengungkapkan laporan keberlanjutan dan cenderung memberikan informasi umum (Savira, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya keterbukaan informasi yang dapat menjadi pertimbangan bagi investor dalam mempercayai perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi hal yang strategis di banyak perusahaan (Barbosa dan de Oliveira, 2021). Hal ini mencakup kepedulian perusahaan terhadap sektor sosial dan lingkungan untuk tujuan serta tindakan organisasi bisnis (Heikkurinen, 2018). Aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan membuat jangkauan kepada pemangku kepentingan untuk memberikan wawasan dalam mengurangi kesenjangan informasi, meningkatkan kredibilitas pelaporan, dan meningkatkan peran informasi akuntansi dalam kinerja perusahaan (Harun *et al.*, 2020).

Pengungkapan tanggung jawab sosial yang diinterpretasikan oleh indikator disesuaikan dengan standar yang berlaku. Laporan keberlanjutan berdasarkan kerangka GRI (*Global Reporting Initiative*) digunakan untuk

menunjukkan komitmen organisasi dalam pembangunan keberlanjutan, membandingkan kinerja organisasi dari waktu ke waktu, serta mengukur kinerja organisasi sehubungan dengan hukum, standar, dan inisiatif sukarela. GRI (*Global Reporting Initiative*) memberikan indikator kinerja yang dapat digunakan organisasi untuk mengukur dan melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan (Rankin, McGowan, dan Tilling, 2012). GRI (*Global Reporting Initiative*) Standards dirancang untuk meningkatkan kualitas informasi yang memungkinkan transparansi dan akuntabilitas (GRI, 2016).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan termasuk dalam pengembangan kebijakan untuk tujuan jangka panjang organisasi (Aslam *et al.*, 2018). Penelitian dalam bidang manajemen, ekonomi, dan keuangan memberikan penjelasan aspek manajerial untuk organisasi dalam upayanya meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan (Petrenko *et al.*, 2016; Al-Shammari *et al.*, 2019). Pada konteks pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan, faktor-faktor karakteristik manajemen perlu diperhatikan dalam menentukan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Mohamed Adnan, Hay, dan van Staden, 2018).

Narsisme adalah sifat kognitif yang dimiliki oleh individu terkait dengan perilaku pengambilan keputusan (Kim, Lee, dan Kang, 2018), dan mempunyai sudut pandang bahwa mereka memiliki superioritas (Aabo *et al.*, 2020). Pemimpin perusahaan yang narsis cenderung ingin mencerminkan citra diri sebagai

individu yang positif dan mendapat perhatian dari lingkungan organisasi (Campbell, Goodie, dan Foster, 2004; Chatterjee dan Hambrick, 2007; Petrenko *et al.*, 2016). Direktur utama akan melakukan tindakan spektakuler untuk mendorong perilaku yang narsis (Aabo *et al.*, 2020). Perilaku yang narsis dapat mempengaruhi direktur utama berdasarkan pengalamannya untuk mengadopsi mekanisme informasi yang akan disampaikan kepada perusahaan (Zhu dan Chen, 2015).

Direktur utama yang narsis mempertimbangkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan sebagai instrumen untuk memenuhi kebutuhan psikologi individu (Al-Shammari *et al.*, 2019). Pemimpin perusahaan yang narsis menunjukkan bahwa inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan dapat dihasilkan dari kebutuhan pribadi pemimpin untuk meningkatkan citra mereka. Hal tersebut dilakukan untuk mencari pujian dan pengakuan yang tinggi sehingga tanggung jawab sosial perusahaan menjadi ajang yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan pujian dari para pemangku kepentingan (Petrenko *et al.*, 2016).

Faktor lain dari karakteristik manajemen yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ialah dewan direksi. Dewan direksi dianggap sebagai dimensi penting dari mekanisme tata kelola perusahaan (Zaid *et al.*, 2020). Direktur minoritas ditunjukkan dengan adanya representasi wanita dalam dewan direksi. *International Finance Corporation* (IFC) menemukan fakta di ASEAN bahwa perusahaan yang memiliki banyak

wanita pada *top management* kerap diasosiasikan sebagai entitas bisnis dengan rapor baik (Katadata, 2019). Wanita lebih simpatik dalam membantu dan menjaga pemangku kepentingan (Zahid *et al.*, 2020). Dengan demikian, dewan direksi wanita dapat mengembangkan serangkaian kompetensi yang bervariasi (Dale-Olsen, Schøne, dan Verner, 2013). Representasi wanita membuat dewan inisiatif dan membantu mempromosikan dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial (Zahid *et al.*, 2020).

Pada saat ini literatur penelitian di Indonesia masih mengarah pada proporsi komisaris independen dan komite audit dalam mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Purbawangsa *et al.*, 2019; Kamaliah, 2020). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi isu yang komprehensif sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor karakteristik manajemen, seperti narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi. Oleh sebab itu, penelitian ini bermaksud menutup celah dalam literatur tersebut.

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Penelitian yang terkait dengan narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi saat ini masih minim dilakukan di Indonesia. Pada saat ini, penelitian terkait dengan narsisme direktur utama hanya menjadi hubungan yang memperkuat dalam pengungkapan tanggung jawab sosial dengan manajemen laba (Khasanah, 2020). Namun, penelitian ini memberikan pandangan bahwa

terdapat keterkaitan antara narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam direksi dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Rumusan Masalah

Perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara transparan karena beberapa motivasi. Pertama, perusahaan berusaha untuk meningkatkan keterbukaan informasi kepada investor (Kamaliah, 2020). Kedua, kebijakan manajemen di dalam perusahaan diperlukan untuk meminimalkan asimetri informasi dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial. Penelitian terbaru menemukan faktor-faktor dalam karakteristik manajemen yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi (Al-Shammari *et al.*, 2019; Ahn *et al.*, 2020; Nadeem, Zaman, dan Saleem 2017; Zaid *et al.*, 2020). Namun, saat ini penelitian tersebut masih minim dilakukan untuk mengetahui karakteristik manajemen dalam peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Khasanah (2020) menemukan hasil bahwa narsisme direktur utama memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan manajemen laba yang dilakukan pada konteks perusahaan manufaktur di Indonesia pada tahun 2015-2018. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya menggunakan standar GRI G4 dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan GRI (*Global Reporting*

Initiative) *Standards* sebagai instrumen penelitian karena indikator yang diungkapkan lebih lengkap dibandingkan dengan standar terdahulu. Selain itu, representasi wanita dalam dewan direksi belum diteliti pada konteks perusahaan di Indonesia.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apakah terdapat hubungan antara narsisme direktur utama dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah terdapat hubungan antara representasi wanita dalam dewan direksi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi sebagai berikut. Pertama, penelitian ini dapat menjadi motivasi bagi perusahaan untuk mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial agar meminimalkan asimetri informasi perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan faktor-faktor karakteristik manajemen dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu dengan adanya narsismedirektur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi. Kedua, penelitian ini menambah literatur terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan mendasarkan pada GRI (*Global Reporting Initiative*) *Standards*. Penelitian sebelumnya menggunakan GRI (*Global Reporting Initiative*) *Standards* dengan versi berbeda.

Landasan Teori **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi memberikan pandangan bahwa perusahaan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat melalui praktik keterbukaan informasi perusahaan. Manajemen menggunakan legitimasi untuk mengubah persepsi masyarakat tentang perusahaan (Deegan, Rankin, dan Tobin, 2002). Organisasi diberi keleluasaan untuk menggunakan sumber daya lingkungan yang akan memberikan dampak positif bagi masyarakat sehingga perlu ada otorisasi secara berkala antara pihak perusahaan dan lingkungan masyarakat (Harun *et al.*, 2020). Pandangan legitimasi menyatakan bahwa pilihan manajer atas strategi legitimasi didasarkan pada persepsi manajer yang terlibat dan ide terkait dengan hal apa yang diharapkan masyarakat (Deegan, Rankin, dan Tobin, 2002).

Relevansi hubungan narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dijelaskan oleh teori legitimasi. Teori legitimasi didasarkan pada persepsi manajemen puncak cenderung memiliki pandangan yang berbeda tentang apa yang diharapkan masyarakat terkait dengan kontrak sosial (Deegan, Rankin, dan Tobin, 2002). Kebutuhan pemangku kepentingan untuk memberikan legitimasi pada perusahaan lebih besar dengan melibatkan langsung kepada masyarakat (Lückerath-Rovers, 2009). Oleh karena itu, teori legitimasi dapat menjelaskan dampak heterogen dari beberapa insentif dan karakteristik direktur utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Velte, 2019).

Teori Eselon Atas

Teori eselon atas (*upper echelon theory*) mendeskripsikan karakteristik eselon atas dalam menentukan pilihan strategis dan kinerja organisasi. Konsep ini memberikan gambaran untuk individu bertanggung jawab dalam memilih dan mengembangkan eksekutif tingkat atas, serta menjadi landasan bagi perusahaan untuk memprediksi strategi bisnis yang dapat menjadi referensi bagi manajemen puncak (Hambrick dan Mason, 1984).

Teori eselon atas dapat menjelaskan dampak insentif dari narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Karakteristik manajemen puncak di dalam perusahaan dapat mempengaruhi aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam konteks ini, direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi sebagai faktor penting untuk menetapkan strategi dalam tanggung jawab sosial perusahaan (Velte, 2019).

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi hal yang berkelanjutan dalam memperbarui informasi tanggung jawab sosial disesuaikan dengan pedoman yang berlaku. Tanggung jawab sosial merupakan bentuk kegiatan perusahaan untuk melakukan kontribusi kepada masyarakat. Kegiatan tersebut mengacu pada tindakan perusahaan terkait dengan sosial dan lingkungan (Shu dan Chiang, 2020).

Peran perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial menjadi penting untuk mendapatkan kepercayaan dari

masyarakat. Prinsip tanggung jawab sosial ialah perusahaan akan membangun nilai pemegang saham dengan mempertimbangkan dampak perusahaan terhadap masyarakat (Rankin, McGowan, dan Tilling, 2012)

Narsisme Direktur Utama

Narsisme adalah ciri kepribadian yang dapat ditemukan di antara baik kelompok maupun orang, termasuk direktur utama (Ahn *et al.*, 2020). Secara etimologis, narsisme berasal dari bahasa Yunani yakni narcissus yang berarti cantik, bangga, dan emosional (Rijsenbilt dan Commandeur, 2013). Seseorang berperan untuk memiliki perasaan dan pandangan diri yang memperkuat dirinya (Campbell, Goodie, dan Foster, 2004). Narsisme merepresentasikan citra yang dikeluarkan dari kepribadian seseorang yang berusaha untuk mendapatkan pandangan dan mencari kekaguman (Al-Shammari *et al.*, 2019).

Kepribadian yang muncul dari seseorang akan memiliki kontribusi dalam perusahaan. Narsisme sebagai karakteristik kepribadian mempunyai dasar elemen kognitif dan motivasi. Dari sisi kognitif, narsisme memerlukan kepercayaan pada kualitas superior individu (Chatterjee dan Hambrick, 2007). Selain itu, motivasi yang timbul dari kepribadian narsisme akan menimbulkan implikasi terkait dengan kemampuan yang unggul dalam menjalankan tugas. Hal ini memberikan pandangan bahwa pribadi narsisme mampu memberikan kebutuhan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan.

Representasi Wanita dalam Dewan Direksi

Dewan direksi merupakan cerminan dari variasi kelompok untuk menafsirkan independensi dewan dalam kinerja perusahaan (Ferreira, 2015). Peran tersebut diperlukan perusahaan sebagai sumber daya penting untuk melakukan koneksi ke pihak independen (regulator, pemasok, dan lain-lain). Salah satunya terdapat representasi wanita dalam dewan direksi. Secara perspektif praktis, representasi wanita dalam dewan direksi memberikan manfaat potensial. Pertama, kreativitas dan perspektif yang berbeda. Kedua, akses ke sumber daya dan koneksi. Ketiga, insentif karir melalui pensinyalan dan pendampingan. Keempat, hubungan masyarakat, hubungan investor, dan legitimasi.

Pengembangan Hipotesis

Narsisme Direktur Utama dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut teori eselon atas pilihan eksekutif dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi dan pengalaman sebelumnya untuk memilih strategi organisasi yang sesuai dengan manajemen (Zhu dan Chen, 2015; Al-Shammari *et al.*, 2019). Narsisme diidentifikasi sebagai gangguan klinis yang ditandai dengan kekaguman diri yang berlebihan dan kecenderungan untuk melihat orang lain sebagai ekstensi dari diri sendiri (Gerstner *et al.*, 2013). Pandangan diri yang tinggi diperlihatkan oleh direktur utama yang narsis (Campbell, Goodie, dan Foster, 2004) cenderung memberikan kinerja yang berfluktuasi tinggi untuk organisasi (Chatterjee dan Hambrick, 2007).

Pimpinan perusahaan yang narsis membutuhkan perhatian dan pandangan diri yang positif diperkuat akan terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (Petrenko *et al.*, 2016). Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan cenderung menjadi perhatian yang besar bagi narsisme direktur utama untuk mendapatkan perhatian, kekaguman diri pada publik atas keberhasilan yang dicapai (Al-Shammari *et al.*, 2019). Oleh karena itu, semakin banyak perhatian narsisme direktur utama kepada pengungkapan tanggung jawab sosial, kemungkinan semakin tinggi perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang timbul adalah sebagai berikut.

H1: Narsisme direktur utama berhubungan positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Representasi Wanita dalam Dewan Direksi dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Konsep legitimasi mengarahkan pilihan manajer atas strategilegitimasi dengan dasar persepsi manajer yang terlibat dan ide terkait dengan hal apa yang diharapkan masyarakat (Deegan, Rankin, dan Tobin, 2002). Dewan direksi memberikan legitimasi kepada pemangku kepentingan (Lückerath-Rovers, 2009). Representasi wanita dalam dewan direksi dapat memberikan manfaat langsung dan tidak langsung yang mencerminkan karakteristik pemangku kepentingan (Brammer, Millington, dan Pavelin, 2007). Direktur wanita dapat memberikan bentuk legitimasi yang potensial pada pemangku

kepentingan (Hillman, Shropshire, dan Cannella, 2007; Singh dan Vinnicombe, 2004). Dengan demikian, perspektif legitimasi mampu memberikan informasi tentang kegiatan organisasi untuk melegitimasi perilaku perusahaan (Harun *et al.*, 2020).

Dewan pada umumnya bekerja dengan variasi dalam kelompok yang memiliki tujuan untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, kemampuan, dan informasi anggota tim secara keseluruhan (Nielsen dan Huse, 2010; Nadeem, Zaman, dan Saleem, 2017). Variasi tersebut ditunjukkan dengan kontribusi wanita dalam dewan direksi dan pengaruhnya terhadap proses dan keputusan organisasi (Nielsen dan Huse, 2010). Dewan direksi memiliki pandangan untuk menghargai peran direktur wanita karena cenderung membawa perspektif berbeda kepada dewan terkait dengan nilai, pengalaman, dan pengetahuan yang dimiliki (Post dan Byron, 2015). Salah satu tindakan yang cenderung dipromosikan oleh dewan direksi wanita adalah tanggung jawab sosial perusahaan (Galbreath, 2018).

Representasi wanita dalam dewan direksi memberikan dua perspektif pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, representasi dewan wanita harus didorong untuk mempromosikan tindakan strategis terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan dewan pria (Liu, Lei, dan Buttner, 2020). Kedua, perspektif direktur wanita memberikan informasi, sumber daya, dan perspektif yang beragam kepada dewan direksi disertai dengan latar belakang dan

pengalaman yang beragam (Byron dan Post, 2016). Semakin tinggi representasi wanita dalam dewan direksi, hal tersebut dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang timbul adalah sebagai berikut.

H2: Representasi wanita dalam dewan direksi berhubungan positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif dan asosiatif. Penelitian deskriptif dirancang untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik objek (Sekaran dan Bougie, 2013). Penelitian asosiatif mendeskripsikan hubungan narsisme direktur utama, representasi wanita dalam dewan direksi, dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dikumpulkan dan diolah dengan rumus statistik yang sudah tersedia.

Definisi Operasional Variabel Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai Variabel Dependen

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur menggunakan penilaian CSDI (*Corporate Social Disclosure Index*). Penelitian ini menggunakan standar terbaru sebagai indikator, karena pedoman tersebut dirancang oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) yang baru diimplementasikan pada tahun 2018 secara global. Selain itu, indikator topik pengungkapan jauh lebih luas dibandingkan dengan

indikator terdahulu. Berdasarkan penelitian (Haniffa dan Cooke, 2005; Coffie, Aboagye-Otchere, dan Musah, 2018.; Rashid *et al.*, 2020) sebuah perusahaan diberi skala satu jika item pengungkapan tanggung jawab sosial dilaporkan dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Sebuah perusahaan diberi skala nol jika item tersebut tidak dilaporkan dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Setelah diberikan skala penilaian, skala tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan hasil skor keseluruhan pengungkapan tanggung jawab sosial dengan menggunakan rumus yang diadaptasi pada penelitian Haniffa dan Cooke (2005) sebagai berikut.

$$CSDI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan perusahaan}}{\text{Jumlah item pengungkapan}}$$

Narsisme Direktur Utama sebagai Variabel Independen

Pengukuran narsisme direktur utama didasarkan pada NPI (*Narcissistic Personality Inventory*). NPI (*Narcissistic Personality Inventory*) dikembangkan untuk mengeksplorasi perbedaan individu dengan karakteristik item narsisme yang ditunjukkan dengan pribadi ingin memperlihatkan diri jika mendapat kesempatan (Raskin and Terry, 1988).

Dalam merepresentasikan narsisme direktur utama yang didasarkan pada penelitian terdahulu (Chatterjee dan Hambrick, 2007; Olsen, Dworkis, dan Young, 2014; Al-Shammari *et al.*, 2019) diberikan poin, yaitu: lima poin jika foto direktur utama sendiri dan menempati satu halaman penuh; empat poin jika foto direktur utama sendiri dan menempati lebih dari setengah halaman; tiga poin jika foto direktur

utama sendiri dan menempati kurang dari setengah halaman; dua poin jika direktur utama foto dengan satu atau lebih sesama eksekutif; dan satu poin jika tidak ada foto direktur utama. Pemberian poin dilakukan oleh peneliti sendiri dengan melihat foto direktur utama yang ditampilkan dalam laporan tahunan perusahaan berdasarkan penelitian terdahulu (Chatterjee dan Hambrick 2007; 2010; Olsen, Dworkis, dan Young, 2014).

Representasi Wanita dalam Dewan Direksi sebagai Variabel Independen

Dalam penelitian ini pengukuran dilakukan dengan melihat proporsi dewan direksi wanita dengan jumlah dewan direksi wanita terhadap jumlah dewan direksi pria mengikuti metode sebelumnya berdasarkan penelitian (Nielsen dan Huse, 2010; Vafaei, Ahmed, dan Mather 2015; Katmon *et al.*, 2019).

Variabel Kontrol

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel kontrol. Pertama, ukuran perusahaan (*SIZE*) sebagai variabel kontrol. Ukuran merupakan faktor signifikan untuk mempengaruhi cakupan pelaporan keberlanjutan karena menyebabkan dampak besar bagi perusahaan yang terlihat oleh pemangku kepentingan (Dissanayake, Tilt, dan Xydias-Lobo, 2016). Ukuran perusahaan (*SIZE*) diukur menggunakan logaritma natural dari total aset (Subramaniam dan Wasiuzzaman, 2019). Kedua, *leverage* digunakan sebagai variabel kontrol. Manajer berusaha untuk meyakinkan pemangku kepentingan, termasuk kreditor, melalui pengungkapan informasi yang lebih

rinci (Naser *et al.*, 2006). *Leverage* diukur menggunakan total utang dibagi total ekuitas (Ainy dan Barokah, 2019)

Ketiga, profitabilitas digunakan sebagai variabel kontrol. Profitabilitas perusahaan berhubungan positif dengan pengungkapan lingkungan untuk mengurangi asimetri informasi antar pemangku kepentingan (Ben-Amar, Chang, dan McIlkenny, 2017). Profitabilitas diukur menggunakan *return on assets* dengan melihat laba bersih dibagi total aset (Khasanah, 2020). *Return on assets* digunakan untuk membandingkan efisiensi dan kinerja operasional karena melihat pengembalian yang dihasilkan dari aset (Tan dan Floros, 2012). Keempat, usia direktur utama digunakan sebagai variabel kontrol. Usia mempengaruhi tingkat penerimaan risiko individu untuk mengevaluasi perilaku dalam konsekuensi jangka panjang (Rijsenbilt dan Commandeur, 2013).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini ialah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejumlah 677 perusahaan pada tahun 2018-2019. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan tujuan dan kriteria yang dipertimbangkan oleh peneliti sehingga dapat mewakili populasi. Pengambilan sampel mencakup beberapa kriteria. Pertama, perusahaan tidak boleh menjadi bagian dari sektor keuangan. Sektor keuangan tidak disertakan dalam sampel penelitian. Hal ini terkait dengan adanya regulasi yang lebih ketat dan berbeda dibandingkan dengan sektor nonkeuangan (Sujoko, 2020). Regulasi tersebut terkait

dengan peraturan POJK Nomor 51/POJK.03/2017 yang diterapkan per 1 Januari 2019 pada subsektor perbankan Bank Umum berdasarkan Kegiatan Usaha (BUKU) 3 dan BUKU 4. Kedua, telah menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan pada tahun 2018-2019. Ketiga, harus mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial sesuai dengan GRI (*Global Reporting Initiative*) Standards terbaru yang diimplementasikan pada tahun 2018. Perihal tersebut didasarkan pada perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan pada tahun 2018-2019 dengan adanya penyesuaian kebijakan GRI (*Global Reporting Initiative*) Standards.

Teknik dan Jenis Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Peneliti menggunakan data sekunder sebagai sumber data penelitian. Data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan pada tahun 2018-2019. Data tersebut diperoleh dengan mengakses dokumen melalui laman yang tersaji baik di Bursa Efek Indonesia maupun perusahaan sampel penelitian.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk merepresentasikan informasi yang diungkapkan dalam tanggung jawab sosial. Parameter pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan pedoman GRI (*Global Reporting Initiative*) Standards dikategorikan dalam empat seri. Pertama, seri 100 terkait dengan standar *universal* terdiri dari tiga aspek dengan enam puluh indikator. Kedua, seri 200 terkait dengan

standar topik spesifik ekonomi terdiri dari tujuh aspek dengan tujuh belas indikator. Ketiga, seri 300 terkait dengan standar topik spesifik lingkungan terdiri dari delapan aspek dengan tiga puluh dua indikator. Keempat, seri 400 terkait dengan standar topik spesifik sosial terdiri dari sembilan belas aspek dengan empat puluh indikator. Sehingga, total item pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*) Standards sejumlah 149 indikator.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua analisis, yaitu analisis konten dan analisis statistik. Metode analisis konten dilakukan untuk melihat informasi dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Mekanisme analisis konten didasarkan pada elemen yang terdiri dari *unitizing, sampling, coding, dan analytical constructs* yang dielaborasi oleh Shelley dan Krippendorff (1984).

Teknik analisis statistik dilakukan untuk memberikan hasil yang *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) dalam uji asumsi klasik (Ghozali, 2018), sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Penelitian ini memuat empat macam uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang diuraikan sebagai berikut. Analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh

simultan variabel independen terhadap variabel dependen (Sekaran dan Bougie, 2013). Berikut ini model regresi penelitian.

$$CSR_{Dit} = a + \beta_1 NARS_{it} + \beta_2 FBD_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 AGE_{it} + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

CSR_{Dit} = Pengungkapan tanggung jawab sosial

$NARS_{it}$ = Narsisme direktur utama

FBD_{it} = Representasi wanita dalam dewan direksi

$SIZE_{it}$ = Ukuran perusahaan

LEV_{it} = *Leverage*

ROA_{it} = *Return on assets*

AGE_{it} = Umur direktur utama

ϵ_{it} = Error

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel, terdapat sebelas perusahaan

yang tidak memenuhi kriteria, namun telah menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Hal ini disebabkan perusahaan tersebut masih menggunakan instrumen GRI (*Global Reporting Initiative*) versi terdahulu, sehingga terdapat 100 sampel yang telah sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Namun, terdapat sembilan belas perusahaan yang memiliki nilai data yang ekstrim. Oleh karena itu, jumlah sampel akhir pada penelitian ini sejumlah 81 perusahaan.

Statistik deskriptif menggambarkan karakter data sampel dan menyampaikan informasi dalam menjelaskan hasil penelitian. Berikut ini hasil statistik deskriptif berdasarkan persamaan model regresi penelitian yang ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif (N=81)

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
$CSDI_{it}$	0,2600	0,8700	0,4372	0,1053
$NARS_{it}$	3,0000	5,0000	4,3210	0,6088
FBD_{it}	0,0000	0,5000	0,0843	0,1263
$SIZE_{it}$	Rp 351.958	Rp1.168	Rp38.904	Rp58.577
LN_{SIZE}_{it}	27,7900	33,4900	30,5912	1,2250
LEV_{it}	0,1300	0,8700	0,5181	0,2138
ROA_{it}	-0,0900	0,2300	0,0446	0,0555
AGE_{it}	45,0000	66,0000	55,4321	4,6096

Keterangan:

$CSDI_{it}$: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (rasio); $NARS_{it}$: Narsisme direktur utama; FBD_{it} : Representasi wanita dalam dewan direksi (rasio); $SIZE_{it}$: Ukuran perusahaan (Milliar Rp); LN_{SIZE}_{it} : Logaritma natural ukuran perusahaan; LEV_{it} : *Leverage* (rasio); ROA_{it} : *Return on assets* (rasio); AGE_{it} : Usia direktur utama

Berdasarkan Tabel 4.2, terdapat hasil statistik deskriptif data yang mendeskripsikan beberapa variabel. Pertama, rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara statistik pada kenyataannya

sebesar 0,4372 dan standar deviasi sebesar 0,10535. Nilai tertinggi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,8700 diperoleh PT Uni-Charm Indonesia Tbk pada tahun 2019. PT Uni-Charm Indonesia

Tbk mampu mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan secara rinci sehingga informasi yang diungkapkan dapat merepresentasikan konsep triple bottom line terkait dengan kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Nilai terendah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 0,2600 diperoleh PT Kalbe Farma Tbk pada tahun 2019. PT Kalbe Farma Tbk masih minim mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan karena penyesuaian pedoman GRI (*Global Reporting Initiative*) Standards masih bersifat sukarela sehingga perusahaan belum sepenuhnya mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Kedua, narsisme direktur utama secara statistik menunjukkan skor rata-rata sebesar 4,3210 dan standar deviasi sebesar 0,6088. Nilai tertinggi narsisme direktur utama sebesar 5,0000 dan nilai terendah sebesar 3,0000. Skor rerata narsisme direktur utama di Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan penelitian Al-Shammari *et al.* (2019), Chen, Zhang, dan Jia (2019), serta Kim, Lee, dan Kang, (2018). Hal ini membuktikan bahwa perusahaan di Indonesia memiliki narsisme direktur utama yang tinggi sehingga direktur utama cenderung mendapatkan kekaguman diri pada publik atas keberhasilan yang dicapai dengan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai medianya.

Ketiga, rata-rata representasi wanita dalam dewan direksi secara statistik pada kenyataannya sebesar 0,0843 dan standar deviasi sebesar 0,1263. Nilai terendah representasi dewan direksi wanita sebesar 0,0000, sedangkan nilai tertinggi representasi dewan direksi wanita sebesar 0,5000 diperoleh PT Phapros Tbk pada tahun 2019. Skor rerata representasi wanita dalam dewan direksi di Indonesia lebih rendah dibandingkan di Australia dan Amerika sesuai dengan penelitian Nadeem, Zaman, dan Saleem (2017), Zahid *et al.* (2020), serta Liu, Lei, dan Buttner (2020). Hal ini menunjukkan bahwa representasi wanita dalam dewan direksi wanita belum dapat mempromosikan dirinya dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan pada konteks perusahaan di Indonesia.

Uji asumsi klasik memastikan bahwa model regresi penelitian yang digunakan memiliki data yang berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Sehingga, penelitian ini memiliki empat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Penelitian ini menunjukkan hasil statistik normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) disajikan pada Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas (N=81)

	Mean	SD	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)
<i>Unstandardized Residual</i>	0,0000	0,0982	0,090	0,156

Sesuai dengan Tabel 4.4, diperoleh hasil bahwa nilai residual mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari α 0,05. Hal ini membuktikan bahwa model regresi pada penelitian ini terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas dapat diketahui

dengan membuktikan nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau nilai $VIF \geq 10$. Hasil uji multikolinieritas disajikan pada Tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas (N=81)

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
NARS _{it}	0,924	1,082
FBD _{it}	0,886	1,129
LN_SIZE _{it}	0,877	1,141
LEV _{it}	0,695	1,439
ROA _{it}	0,727	1,376
AGE _{it}	0,977	1,023

Keterangan:
 NARS_{it}: Narsisme direktur utama; FBD_{it}: Representasi wanita dalam dewan direksi (rasio); LN_SIZE_{it}: Logaritma natural ukuran perusahaan; LEV_{it}: Leverage (rasio); ROA_{it}: Return on assets (rasio); AGE_{it}: Usia direktur utama

Berdasarkan Tabel 4.5, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau nilai $VIF \geq 10$. Hal ini membuktikan bahwa pada model regresi penelitian ini tidak mempunyai gejala multikolinieritas.

Penelitian ini menggunakan uji glesjer untuk menguji heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan

bahwa variabel bebas mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari α 0,05 dan memiliki ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamatan lainnya. Hal ini membuktikan bahwa model regresi tidak mempunyai gejala heteroskedastisitas. Tabel 4.6 berikut ini menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas berdasarkan Uji Glesjer.

Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas (N=81)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
NARS _{it}	-0,010	0,011	-0,106	-0,937	0,352
FBD _{it}	0,057	0,030	0,223	1,920	0,059
LN_SIZE _{it}	0,003	0,006	0,067	0,568	0,572
LEV _{it}	-0,041	0,037	-0,145	-1,106	0,272
ROA _{it}	0,179	0,139	0,166	1,295	0,199

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
AGE _{it}	-0,001	0,001	-0,059	-0,528	0,599

Keterangan:
NARS_{it}: Narsisme direktur utama; FBD_{it}: Representasi wanita dalam dewan direksi (rasio); LN_SIZE_{it}: Logaritma natural ukuran perusahaan; LEV_{it}: Leverage (rasio); ROA_{it}: Return on assets (rasio); AGE_{it}: Usia direktur utama

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Autokorelasi ditunjukkan dengannilai standard error lebih rendah dari

sesungguhnya. Tabel 4.7 berikut ini menunjukkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji durbin-watson (*DW test*).

Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,10039	2,317

Berdasarkan Tabel 4.7, diperoleh hasil uji autokorelasi dengan nilai *durbin-watson test* sebesar 2,317 yang berada di antara nilai du dan 4-du. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini

menggunakan analisis regresi berganda, uji signifikansi simultan, koefisien determinasi, dan uji signifikansi parameter individual yang diuraikan sebagai berikut. Berdasarkan model regresi penelitian yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, terdapat hasil analisis regresi pada Tabel 4.8 yang diuraikan sebagai berikut.

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Narsisme Direktur Utama, Representasi Wanita dalam Dewan Direksi, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
<i>Constanta</i>	0,396	0,346		1,144	0,256
NARS _{it}	0,612	0,320	0,212	1,916	0,027**
FBD _{it}	0,169	0,051	0,376	3,325	0,001***
SIZE _{it}	-0,003	0,010	-0,038	-0,336	0,738
LEV _{it}	0,031	0,063	0,063	0,490	0,626
ROA _{it}	0,379	0,237	0,200	1,599	0,114
AGE _{it}	-0,001	0,002	-0,051	-0,476	0,636
Uji F				2,348	0,039
R Square (R ²)				0,092	
N				81	

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
Keterangan: NARS _{it} : Narsisme direktur utama diukur menggunakan ukuran foto direktur utama pada laporan tahunan; FBD _{it} : Representasi wanita dalam dewan direksi diukur menggunakan proporsi dewan direksi wanita; SIZE _{it} : Ukuran perusahaan diukur menggunakan Ln total aset; LEV _{it} : <i>Leverage</i> diukur menggunakan total utang terhadap total ekuitas; ROA _{it} : <i>Return on assets</i> diukur menggunakan laba bersih terhadap total aset; AGE _{it} : Usia direktur utama diukur menggunakan usia direktur utama pada laporan tahunan. *, **, *** menunjukkan signifikansi pada p-value 10%, 5%, dan 1%, berturut-turut.					

Sesuai dengan hasil pada Tabel 4.8, terdapat hubungan positif signifikan antara narsisme direktur utama dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ($\beta = 0,612$; $p < 0,05$). Hal ini menerangkan bahwa semakin tinggi kecenderungan narsisme direktur utama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan cenderung kian transparan pada perusahaan sampel.

Selanjutnya, hasil pada Tabel 4.8 membuktikan hubungan yang positif dan signifikan antara representasi wanita dalam dewan direksi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ($\beta = 0,169$; $p < 0,01$). Hal ini menerangkan bahwa representasi wanita dalam dewan direksi mendorong inisiatif untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial pada perusahaan sampel.

Hasil nilai F test sebesar 2,348 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan untuk pengujian secara simultan antara narsisme direktur utama, representasi wanita dalam dewan direksi, dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.8, variabilitas perubahan yang terjadi pada variabel narsisme direktur utama

dan representasi wanita dalam dewan direksi sebesar 9,2% dapat menjelaskan variabilitas perubahan yang terjadi pada variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selanjutnya, nilai sisa sebesar 90,8% dipengaruhi oleh faktor yang lain di luar variabel narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi.

Pembahasan

Narsisme Direktur Utama dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tujuan penelitian ini ialah menguji hubungan narsisme direktur utama dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Argumen penelitian ini menyatakan bahwa semakin banyak perhatian narsisme direktur utama kepada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, kemungkinan semakin tinggi perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa narsisme direktur utama berhubungan positif signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa banyak

perhatian yang ditunjukkan dengan direktur utama yang narsis membuat perusahaan cenderung melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Narsisme direktur utama sebagai sifat yang relevan dan dominan diantara para pemimpin organisasi (Petrenko *et al.*, 2016). Teori eselon atas menjelaskan bahwa individu bertanggung jawab dalam mengembangkan eksekutif atas dan menjadi landasan bagi perusahaan dalam melakukan keputusan strategis untuk menjadi referensi bagi manajemen puncak (Hambrick dan Mason, 1984).

Narsisme direktur utama mencerminkan individu untuk memiliki nilai dan pandangan diri yang tinggi untuk memberikan kontribusi kepada perusahaan (Chatterjee dan Hambrick, 2007; Gerstner *et al.*, 2013) Hal ini membuktikan bahwa perusahaan melakukan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk memenuhi kebutuhan psikologis dari direktur utama yang narsis (Al-Shammari *et al.*, 2019). Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi respon yang dapat membantu kebutuhan pribadi pemimpin untuk mendapatkan perhatian dan penguatan citra (Petrenko *et al.*, 2016).

Penelitian ini relevan dengan temuan Petrenko *et al.* (2016), Al-Shammari *et al.* (2019), serta Chen, Zhang, dan Jia (2019) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara narsisme direktur utama dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Direktur utama yang narsis menunjukkan kapasitas dalam meningkatkan

preferensi penilaian pada manajemen puncak untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memerhatikan direktur utama dalam keterlibatan untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Representasi Wanita dalam Dewan Direksi dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tujuan penelitian ini ialah menguji hubungan representasi wanita dalam dewan direksi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Argumen penelitian ini menyatakan bahwa semakin tinggi representasi wanita dalam dewan direksi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa representasi wanita dalam dewan direksi berhubungan positif signifikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa representasi wanita dalam dewan direksi mampu melakukan inisiatif dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Representasi wanita dalam dewan direksi meningkatkan keterlibatan strategis dewan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk berkontribusi pada kinerja perusahaan (Liu, Lei, dan Buttner, 2020). Teori legitimasi menjelaskan bahwa persepsi manajemen puncak memiliki pandangan yang berbeda tentang apa yang diharapkan masyarakat terkait dengan kontrak sosial (Deegan, Rankin, dan Tobin, 2002). Direktur

wanita dapat memberikan bentuk legitimasi yang potensial pada pemangku kepentingan (Hillman, Shropshire, dan Cannella, 2007; Singh dan Vinnicombe, 2004).

Konsep legitimasi memperlihatkan dampak heterogen dari beberapa insentif dan karakteristik direktur utama pada tanggung jawab sosial perusahaan (Velte, 2019). Dewan direksi wanita dapat berkontribusi dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (Galbreath, 2018). Representasi wanita dalam dewan direksi dapat mewakili pemangku kepentingan lain untuk mengarah pada praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik (Zahid *et al.*, 2020).

Penelitian ini relevan dengan temuan Nadeem, Zaman, dan Saleem (2017), Zahid *et al.* (2020), serta Liu, Lei, dan Buttner (2020) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara representasi wanita dalam dewan direksi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Representasi wanita dalam dewan direksi menunjukkan kapasitas untuk mempromosikan tindakan strategis dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memerhatikan komposisi wanita dalam dewan direksi untuk memberikan perspektif berbeda dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara narsisme direktur utama dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan direktur utama yang berkarakter narsis cenderung memberikan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Al-Shammari *et al.* (2019), Chen, Zhang, dan Jia (2019), serta Ahn *et al.* (2020) yang menemukan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara narsisme direktur utama dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Karakter direktur utama yang narsis mendorong perusahaan untuk lebih ekstensif dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara representasi wanita dalam dewan direksi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Nadeem, Zaman, dan Saleem (2017), serta Liu, Lei, dan Buttner (2020) yang menemukan terdapat hubungan positif signifikan antara representasi wanita dalam dewan direksi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa representasi wanita dalam dewan direksi mendorong pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas.

Keterbatasan dan Saran Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan berikut ini. Pertama, penelitian ini hanya melihat perusahaan mengungkapkan atau tidak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis kualitas tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga analisis konten yang digunakan tidak hanya mengasumsikan bahwa perusahaan telah mengungkapkan atau tidak mengungkapkan, melainkan perusahaan tidak mengungkapkan, mengungkapkan sebagian, dan mengungkapkan penuh dalam konteks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kedua, penelitian ini mendasarkan tingkat narsisme direktur utama berdasarkan foto yang ditampilkan, namun foto mungkin tidak sepenuhnya menggambarkan karakteristik narsisme dari direktur utama. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperkuat identifikasi karakter narsisme melalui survei atau wawancara langsung kepada direktur utama sehingga memperoleh data yang lebih kaya dan representatif.

Implikasi

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi. Pertama, penelitian ini dapat memberikan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan secara penuh untuk meminimalkan asimetri informasi perusahaan. Bukti empiris dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan, khususnya terkait dengan karakteristik manajemen berupa

narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi yang terbukti berhubungan positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap literatur. Penelitian ini memperkuat teori legitimasi yang memberikan pandangan bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberikan kepercayaan bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial berlandaskan konsep triple bottom line yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini juga memberikan dukungan terhadap teori eselon atas, yaitu menunjukkan adanya pengaruh dan keterlibatan strategis manajemen puncak dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk kemudian berkontribusi dalam kinerja perusahaan.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan bukti empiris bagi pembuat kebijakan di Indonesia untuk lebih memahami determinan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yang dalam penelitian ini meliputi narsisme direktur utama dan representasi wanita dalam dewan direksi. Kedua faktor tersebut terbukti berhubungan positif dengan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Daftar Pustaka

Aabo, Tom, Mikkel Als, Lars Thomsen, dan Jesper N. Wulff. 2020. Watch Me Go Big: CEO Narcissism and Corporate Acquisitions. *Review of Behavioral Finance*.

- Ahn, Jin Sun, A. George Assaf, Alexander Josiassen, Melissa A. Baker, Seoki Lee, Florian Kock, dan Mike G. Tsionas. 2020. Narcissistic CEOs and Corporate Social Responsibility: Does the Role of an Outside Board of Directors Matter? *International Journal of Hospitality Management* 85: 102350.
- Ainy, Rintan Nuzul, dan Zuni Barokah. 2019. Corporate Governance, Environmental Responsibility and Firm Value: An Empirical Study in Indonesia and Malaysia. *Journal of Accounting and Investment* 20 (2).
- Al-Shammari, Marwan, Abdul Rasheed, dan Hussam A. Al-Shammari. 2019. CEO Narcissism and Corporate Social Responsibility: Does CEO Narcissism Affect CSR Focus? *Journal of Business Research* 104: 106–17.
- Aslam, Shoab, Muhammad Ahmad, Shahid Amin, Muhammad Usman, dan Shafaq Arif. 2018. The Impact of Corporate Governance and Intellectual Capital on Firm's Performance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from Australian Listed Companies. *Corporate Governance*, 26.
- Barbosa, Marcelo Werneck, dan Valmir Martins de Oliveira. 2021. The Corporate Social Responsibility Professional: A Content Analysis of Job Advertisements. *Journal of Cleaner Production* 279: 123665.
- Ben-Amar, Walid, Millicent Chang, dan Philip McIlkenny. 2017. Board Gender Diversity and Corporate Response to Sustainability Initiatives: Evidence from the Carbon Disclosure Project. *Journal of Business Ethics* 142 (2): 369–83.
- Brammer, Stephen, Andrew Millington, dan Stephen Pavelin. 2007. Gender and Ethnic Diversity Among UK Corporate Boards. *Blackwell Publishing Ltd.*, 15(2):393-403.
- Byron, Kris, dan Corinne Post. 2016. Women on Boards of Directors and Corporate Social Performance: A Meta-Analysis: Women Directors and Corporate Social Performance. *Corporate Governance: An International Review* 24 (4): 428–42.
- Campbell, W. Keith, Adam S. Goodie, dan Joshua D. Foster. 2004. Narcissism, Confidence, and Risk Attitude. *Journal of Behavioral Decision Making* 17 (4): 297–311.
- Chatterjee, Arijit, dan Donald C. Hambrick. 2007. It's All about Me: Narcissistic Chief Executive Officers and Their Effects on Company Strategy and Performance. *Administrative Science Quarterly* 52 (3): 351–86.
- . 2010. Executive Personality, Capability Cues, and Risk-Taking: How Narcissistic CEOs React to Their

- Successes and Stumbles. *Academy of Management Proceedings* 2010 (1): 1–6.
- Chen, Jing, Zhe Zhang, dan Ming Jia. 2019. How CEO Narcissism Affects Corporate Social Responsibility Choice? *Asia Pacific Journal of Management*.
- Coffie, William, Francis Aboagye-Otchere, dan Alhassan Musah. 2018. Evidence from a Developing Economy, 18.
- Dale-Olsen, Harald, Pål Schøne, dan Mette Verner. 2013. Diversity among Norwegian Boards of Directors: Does a Quota for Women Improve Firm Performance? *Feminist Economics* 19 (4): 110–35.
- Deegan, Craig, Michaela Rankin, dan John Tobin. 2002. An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosures of BHP from 1983-1997: A Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15 (3): 312–43.
- Dissanayake, Dinithi, Carol Tilt, dan Maria Xydias-Lobo. 2016. Sustainability Reporting by Publicly Listed Companies in Sri Lanka. *Journal of Cleaner Production* 129: 169–82.
- Ferreira, Daniel. 2015. Board Diversity: Should We Trust Research to Inform Policy?: Board Diversity. *Corporate Governance: An International Review* 23 (2): 108–11.
- Galbreath, Jeremy. 2018. Is Board Gender Diversity Linked to Financial Performance? The Mediating Mechanism of CSR. *Business & Society* 57 (5): 863–89.
- Gerstner, Wolf-Christian, Andreas König, Albrecht Enders, dan Donald C. Hambrick. 2013. CEO Narcissism, Audience Engagement, and Organizational Adoption of Technological Discontinuities. *Administrative Science Quarterly* 58 (2): 257–91.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GRI. 2016. Consolidated of GRI Sustainability Reporting Standards 2016. www.globalreporting.org, 2016, diakses pada tanggal 5 Oktober 2020.
- Hambrick, Donald C., dan Phyllis A. Mason. 1984. Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers. *The Academy of Management Review* 9 (2): 193.
- Haniffa, R.M., dan T.E. Cooke. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy* 24 (5): 391–430.
- Harun, Mohd Shukor, Khaled Hussainey, Khairul Ayuni Mohd Kharuddin, dan Omar Al Farooque. 2020. CSR Disclosure, Corporate Governance and Firm Value: A Study on GCC Islamic Banks. *International Journal of Accounting & Information Management*.

- Heikkurinen, Pasi. 2018. Strategic Corporate Responsibility: A Theory Review and Synthesis. *Journal of Global Responsibility* 9 (4): 388–414.
- Hillman, Amy J., Christine Shropshire, dan Albert A. Cannella. 2007. Organizational Predictors of Women on Corporate Boards. *Academy of Management Journal* 50 (4): 941–52.
- Kamaliah, Kamaliah. 2020. Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) and Its Implications on Company Value as a Result of the Impact of Corporate Governance and Profitability. *International Journal of Law and Management* 62 (4): 339–54.
- Katadata, Tim Publikasi. 2019. Jalan Panjang Keberagaman Gender Di ASEAN. *katadata.co.id*, 28 June 2019. <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/berita/5e9a5182ba03f/jalan-panjang-keberagaman-gender-di-asean>, diakses pada tanggal 5 Oktober 2020.
- Katmon, Nooraisah, Zam Zuriyati Mohamad, Norlia Mat Norwani, dan Omar Al Farooque. 2019. Comprehensive Board Diversity and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from an Emerging Market. *Journal of Business Ethics* 157 (2): 447–81.
- Khasanah, Putri Dwi Aprilia Nur. 2020. Pengungkapan Coporate Social Responsibility (CSR), Narsisme Direktur Utama dan Manajemen Laba. Tesis. *Universitas Gadjah Mada*.
- Kim, Bora, Seoki Lee, dan Kyung Ho Kang. 2018. The Moderating Role of CEO Narcissism on the Relationship between Uncertainty Avoidance and CSR. *Tourism Management* 67: 203–13.
- Liu, Yonghong, Lijun Lei, dan E. Holly Buttner. 2020. Establishing the Boundary Conditions for Female Board Directors' Influence on Firm Performance through CSR. *Journal of Business Research* 121: 112–20.
- Lückerath-Rovers, Dr Mijntje. 2009. Female Directors on Corporate Boards Provide Legitimacy to a Company. A Resource Dependency Perspective, 23.
- Mohamed Adnan, Shayuti, David Hay, dan Chris J. van Staden. 2018. The Influence of Culture and Corporate Governance on Corporate Social Responsibility Disclosure: A Cross Country Analysis. *Journal of Cleaner Production* 198: 820–32.
- Mukherjee, Avinandan, dan Rosita Nuñez. 2019. Doing Well by Doing Good: Can Voluntary CSR Reporting Enhance Financial Performance? *Journal of Indian Business Research* 11 (2): 100–119.
- Nadeem, Muhammd, Rashid Zaman, dan Irfan Saleem. 2017. Boardroom Gender Diversity and Corporate Sustainability Practices: Evidence from

- Australian Securities Exchange Listed Firms. *Journal of Cleaner Production* 149: 874–85.
- Nair, Rajiv, Mohammad Muttakin, Arifur Khan, Nava Subramaniam, dan V.S. Somanath. 2019. Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Transparency: Evidence from India. *Pacific-Basin Finance Journal* 56: 330–51.
- Naser, Kamal, Ahmad Al-Hussaini, Duha Al-Kwari, dan Rana Nuseibeh. 2006. Determinants of Corporate Social Disclosure in Developing Countries: The Case of Qatar. *Advances in International Accounting* 19: 1–23.
- Nielsen, Sabina, dan Morten Huse. 2010. The Contribution of Women on Boards of Directors: Going beyond the Surface. *Corporate Governance: An International Review* 18 (2): 136–48.
- Olsen, K. J., K. K. Dworkis, dan S. M. Young. 2014. CEO Narcissism and Accounting: A Picture of Profits. *Journal of Management Accounting Research* 26(2): 243–67.
- Petrenko, Oleg V., Federico Aime, Jason Ridge, dan Aaron Hill. 2016. Corporate Social Responsibility or CEO Narcissism? CSR Motivations and Organizational Performance: Corporate Social Responsibility or CEO Narcissism? *Strategic Management Journal* 37 (2): 262–79.
- Post, Corinne, dan Kris Byron. 2015. Women on Boards and Firm Financial Performance: A Meta-Analysis. *Academy of Management Journal* 58 (5): 1546–71.
- Purbawangsa, Ida Bagus Anom, Solimun Solimun, Adji Achmad Reinaldo Fernandes, dan Sri Mangesti Rahayu. 2019. Corporate Governance, Corporate Profitability toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value (Comparative Study in Indonesia, China and India Stock Exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal* 16 (7): 983–99.
- Rankin, Stanton, Ferlauto McGowan, dan Tilling. 2012. *Contemporary Issues in Accounting*. Wiley.
- Rashid, Afzalur, Syed Shams, Sudipta Bose, dan Habib Khan. 2020. CEO Power and Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: Does Stakeholder Influence Matter?, 34.
- Raskin, Robert, dan Howard Terry. 1988. A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity, 13.
- Rijsenbilt, Antoinette, dan Harry Commandeur. 2013. Narcissus Enters the Courtroom: CEO Narcissism and Fraud. *Journal of Business Ethics* 117 (2): 413–29.
- Savira, Alifia Maya. 2020. Analisis Tingkat Kesesuaian Laporan

- Keberlanjutan Terhadap Pedoman GRI Terbaru di Indonesia. Tesis. *Universitas Gadjah Mada*.
- Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. 2013. *Research Methods for Business*. Wiley.
- Shelley, Mack, dan Klaus Krippendorff. 1984. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. *Journal of the American Statistical Association* 79 (385): 240.
- Shu, Pei-Gi, dan Sue-Jane Chiang. 2020. The Impact of Corporate Governance on Corporate Social Performance: Cases from Listed Firms in Taiwan. *Pacific-Basin Finance Journal* 61: 101332.
- Singh, Val, dan Susan Vinnicombe. 2004. Why So Few Women Directors in Top UK Boardrooms? Evidence and Theoretical Explanations. *Corporate Governance* 12 (4): 479–88.
- Sujoko, Yoga. 2020. Kualitas Pengungkapan Laporan Diskusi Dan Analisis Manajemen Berdasarkan IFRS Practice Statement Management Commentary. Tesis. *Universitas Gadjah Mada*.
- Tan, Yong, dan Christos Floros. 2012. Bank Profitability and Inflation: The Case of China. *Journal of Economic Studies* 39 (6): 675–96.
- Vafaei, Alireza, Kamran Ahmed, dan Paul Mather. 2015. Board Diversity and Financial Performance in the Top 500 Australian Firms: Board Diversity and Financial Performance. *Australian Accounting Review* 25 (4): 413–27.
- Velte, Patrick. 2019. Do CEO Incentives and Characteristics Influence Corporate Social Responsibility (CSR) and Vice Versa? A Literature Review. *Social Responsibility Journal* 16 (8): 1293–1323.
- Zahid, Muhammad, Haseeb Ur Rahman, Wajahat Ali, Musa Khan, Majed Alharthi, Muhammad Imran Qureshi, dan Amin Jan. 2020. Boardroom Gender Diversity: Implications for Corporate Sustainability Disclosures in Malaysia. *Journal of Cleaner Production* 244: 118683.
- Zaid A.A, Mohammad, Man Wang, Mohamed Adib, Ahmad Sahyouni, dan Sara T. F. Abuhijleh. 2020. Boardroom Nationality and Gender Diversity: Implications for Corporate Sustainability Performance. *Journal of Cleaner Production* 25: 119652.
- Zhu, David H., dan Guoli Chen. 2015. CEO Narcissism and the Impact of Prior Board Experience on Corporate Strategy. *Administrative Science Quarterly* 60 (1): 31–65.