

**PENGARUH PERTUMBUHAN, UKURAN, DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN
PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DIBEI**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Akuntansi



Oleh:

NUR UTAMI NINGTYAS

2017310261

UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS

SURABAYA

2021

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

N a m a : Nur Utami Ningtyas
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 07 Januari 1999
N.I.M : 2017310261
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
J u d u l : Pengaruh Pertumbuhan, Ukuran, dan Struktur
Kepemilikan Perusahaan terhadap *Corporate
Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur
Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :

Co. Dosen Pembimbing,
Tanggal :

(Dr. Dra. Diah Ekaningtias, Ak., MM.)
NIDN: 0719105901

(Putri Wulanditya, SE., M.Ak., CPSAk)
NIDN: 0727068503

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi
Tanggal :

(Dr. Nanang Shonhadji, S.E., AK., M.Si., CA., CIBA., CMA)
NIDN: 0731087601

**THE INFLUENCE OF COMPANY GROWTH, SIZE, AND OWNERSHIP
STRUCTURE ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
MANUFACTURING COMPANY CONSUMER GOODS
SECTOR LISTED ON IDX**

**Nur Utami Ningtyas
2017310261**

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya
Email: 2017310261@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of company growth, company size, institutional ownership structure, and managerial ownership structure on corporate social responsibility in consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2020 period. This study uses firm growth, firm size, institutional ownership structure, and managerial ownership structure as independent variables on corporate social responsibility as the dependent variable. The sample in this study was 28 companies and the time period used was 2016-2020. The technique used in this study uses multiple linear regression and assisted by SPSS 24. The type of data used is quantitative data. The results of this study indicate that firm size and managerial ownership structure have an effect on corporate social responsibility, while firm growth and institutional ownership structure have no effect on corporate social responsibility.

Keywords: *Company Growth, Company Size, Institutional Ownership Structure, and Managerial Ownership Structure*

PENDAHULUAN

Banyak perusahaan di era *modern* seperti sekarang memiliki persaingan yang sangat ketat dalam mempertahankan sebuah bisnisnya. Semakin ketatnya perusahaan dalam dunia bisnis maka harus mempertimbangkan nilai positif bagi lingkungan sekitarnya. Nilai positif yang diberikan perusahaan yaitu dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial *perusahaan* atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu tindakan yang dilakukan perusahaan atas dampak dari kegiatan operasional sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap lingkungan, sosial, dan

masyarakat yang berada disekitar perusahaan. Pengungkapan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia terakomodasi dalam Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diatur dalam Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, setiap perusahaan wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan serta pelaksanaan harus dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Menurut Hadi (2011:48) *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu suatu tindakan yang berkaitan dengan pertimbangan etis perusahaan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup pihak internal maupun pihak eksternal. Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan tidak hanya berfokus pada *single bottom line (economic)* yaitu kondisi perusahaan, tetapi harus berfokus pada *triple bottom lines (economic, social, dan environmental)*, yaitu masalah sosial dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya berfokus mendapatkan *profit* saja tetapi harus membangun sosial ekonomi yang berkelanjutan dan menyeluruh. Tingginya tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan terlihat baik oleh masyarakat dan investor, sebaliknya jika tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) rendah menunjukkan reputasi perusahaan akan terlihat buruk.

Teori yang digunakan untuk mendasari penelitian ini yaitu teori keagenan (*agency theory*). Menurut Supriyono (2018:63) teori keagenan (*agency theory*) yaitu teori yang menggambarkan hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen. Menurut Jensen & Meckling (1976) hubungan antara pemegang saham dan manajemen berpotensi terjadinya konflik keagenan dan meningkatkan biaya keagenan apabila terdapat perbedaan kepentingan maupun perbedaan informasi diantaranya keduanya.

Berdasarkan penerapan teori keagenan untuk perusahaan yang mengalami biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah cenderung akan melupakan laba bersih rendah

atau mengeluarkan biaya-biaya yang dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Pertanggungjawaban agen sebagai manajer berupaya memenuhi keinginan prinsipal, salah satunya dengan melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Terdapat beberapa faktor perusahaan yang mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Menurut Kasmir (2010:107) pertumbuhan perusahaan merupakan rasio pertumbuhan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan reputasinya ditengah pertumbuhan ekonomi. Tingginya nilai pertumbuhan akan meningkatkan kepercayaan para investor, dikarenakan citra perusahaan yang semakin meningkat seiring pertumbuhan perusahaan. Menurut penelitian Yovana dan Kadir (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan menurut Pradnyani *et al.*, (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Ukuran perusahaan juga termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Hery (2017:3) ukuran perusahaan yaitu skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset, total penjualan jumlah tenaga kerja, dan kapitalisasi pasar. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ningsih dan Asyik (2020) tentang pengaruh ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kemudian berdasarkan penelitian dari Saleh *et al.*,

(2020) ukuran perusahaan berpengaruh *corporate social responsibility* (CSR).

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial. Struktur kepemilikan institusional menurut Sugiarto (2011:2) kepemilikan saham institusional perusahaan diukur dengan proporsi jumlah saham institusional yang dimiliki pada akhir tahun dan dinyatakan dalam persentase (%). Struktur kepemilikan institusional merupakan pemegang saham yang berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan dan sarana untuk memonitor manajemen. Menurut Singal dan Putra (2019) struktur kepemilikan institusional menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Akan tetapi hasil penelitian bertentangan dari Irhami dan Diana (2020) yang menjelaskan jika struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Struktur kepemilikan manajerial menurut Sudana (2011:11) yaitu kondisi yang menunjukkan bahwa pihak manajemen berperan dalam pengambilan keputusan. Hal ini dapat dilihat bahwa tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan semakin produktif dan tanggungjawab yang besar terhadap perusahaan. Menurut hasil penelitian Ningsih dan Asyik (2020) struktur kepemilikan manajerial menunjukkan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), akan tetapi menurut penelitian Singal dan Putra (2019) menyatakan bahwa struktur kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Beberapa penelitian terdahulu, memiliki hasil yang kurang konsisten, yaitu terdapat perbedaan antara penelitian satu dengan yang lain. Berdasarkan penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan perbedaan dalam hal “berpengaruh” dan “tidak berpengaruh” pada variabel pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu penelitian ini termotivasi untuk melakukan analisis mengenai perbedaan dari setiap variabel penelitian tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini akan membahas terkait “**Pengaruh Pertumbuhan, Ukuran, dan Struktur Kepemilikan Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI**”.

RERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Keagenan (Agency Theory)

Menurut Supriyono (2018:63) teori keagenan (*agency theory*) yaitu teori yang menggambarkan hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen. Teori ini digunakan untuk memisah kepemilikan (pemegang saham atau prinsipal) dan pengendali (manajer atau agen). Menurut Jensen dan Meckling (1976) hubungan antara pemegang saham dan manajemen berpotensi terjadinya konflik keagenan dan meningkatkan biaya keagenan apabila terdapat perbedaan kepentingan maupun perbedaan informasi diantaranya keduanya. Berdasarkan penerapan teori keagenan terdapat informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi, dimana manajer memiliki kebijakan dalam memaksimalkan kepentingan manajer,

maka terjadi konflik kepentingan antara pemilik agen. Konflik tersebut muncul karena tindakan agen tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal yang memunculkan terjadinya biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan tertarik pada hasil keuangan yang bertambah dalam perusahaan. Sedangkan agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi *corporate social responsibility* dengan tujuan membangun citra perusahaan memerlukan biaya, sehingga membuat laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Hubungan teori keagenan (*agency theory*) terhadap variabel penelitian ini adalah untuk meningkatkan reputasi perusahaan di masyarakat dan menjaga hubungan antara para stakeholder dalam perusahaan, maka struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan manajerial mendorong prinsipal dan agen bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan perusahaan agar meningkatkan pertumbuhan dan ukuran perusahaan. Bentuk tanggung jawab agen adalah salah satunya dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Hadi (2011:48) *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu suatu tindakan yang berkaitan dengan pertimbangan etis perusahaan untuk meningkatkan ekonomi disertai dengan peningkatan kualitas hidup pihak internal maupun pihak eksternal. Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan tidak hanya berfokus pada *single bottom line* (*economic*) yaitu kondisi perusahaan, tetapi harus berfokus pada *triple*

bottom lines (*economic, social, dan environmental*) yaitu masalah sosial dan lingkungan sekitar. Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya berfokus mendapatkan *profit* saja tetapi harus membangun sosial ekonomi yang berkelanjutan dan menyeluruh. Indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Standar indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) yang terdapat 91 item dibagi menjadi tiga kategori yaitu: kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial. Kategori sosial terdiri dari 4 sub-kategori, yaitu praktek ketenaga kerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk.

Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Kasmir (2010:107) pertumbuhan perusahaan merupakan rasio pertumbuhan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan reputasinya ditengah pertumbuhan ekonomi. Tingginya nilai pertumbuhan perusahaan akan meningkatkan kepercayaan para investor, dikarenakan dengan semakin tingginya pertumbuhan perusahaan dapat membuat citra perusahaan semakin baik. Pertumbuhan perusahaan dengan biaya yang tinggi dapat diprediksi akan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Kasmir (2010:107) rasio pertumbuhan perusahaan dapat berdasarkan:

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Laba Bersih
3. Pertumbuhan Pendapatan per Saham
4. Pertumbuhan Dividen per Saham

Ukuran Perusahaan

Menurut Hery (2017:3) ukuran perusahaan yaitu skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kapitalisasi pasar, dan sebagainya. Semakin tinggi nilai dari setiap item maka semakin tinggi ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), dimana perusahaan besar memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dituangkan dalam *annual report* untuk menyebarkan informasi pengungkapan *corporate social responsibility*. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan maka item-item pengungkapan *corporate social responsibility* akan semakin lengkap.

Struktur Kepemilikan Institusional

Struktur kepemilikan institusional menurut Sugiarto (2011:2) kepemilikan saham institusional perusahaan diukur dengan proporsi jumlah saham institusional yang dimiliki pada akhir tahun dan dinyatakan dalam persentase (%). Semakin tinggi tingkat struktur kepemilikan institusional berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan dan sarana untuk memonitor manajemen sehingga mendorong perusahaan dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Oleh karena itu dengan monitoring yang tinggi informasi yang diungkap akan lebih terperinci.

Struktur Kepemilikan Manajerial

Struktur kepemilikan manajerial menurut Sudana (2011:11) yaitu kondisi yang menunjukkan bahwa pihak manajemen berperan dalam pengambilan keputusan perusahaan terkait kinerja manajemen. Hal ini dapat dilihat bahwa tindakan manajer

dalam memaksimalkan nilai perusahaan semakin produktif dan tanggung jawab yang besar terhadap perusahaan. Semakin tinggi rasio tingkat struktur kepemilikan manajerial dalam perusahaan diprediksi akan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tingginya nilai pertumbuhan meningkatkan kepercayaan para investor, dikarenakan dapat membuat reputasi perusahaan semakin meningkat seiring pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dengan biaya yang tinggi dapat diprediksi akan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Komitmen yang tinggi dalam pengungkapan CSR dimasukkan dalam kontrak kompensasi untuk mengurangi biaya keagenan dengan manajemen.

Hal ini selaras dengan teori keagenan menurut Jensen dan Meckling (1976), bahwa hubungan antara pemegang saham dan manajemen berpotensi terjadinya konflik keagenan dan meningkatkan biaya keagenan apabila terdapat perbedaan kepentingan maupun perbedaan informasi diantaranya keduanya. Menurut penelitian Yovana dan Kadir (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan menurut Pradnyani *et al.*, (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

H₁: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi *corporate social responsibility*, dimana perusahaan besar memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dituangkan dalam *annual report* untuk menyebarkan informasi pengungkapan *corporate social responsibility*. Dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan maka item-item pengungkapan *corporate social responsibility* semakin lengkap dibandingkan dengan ukuran perusahaan kecil. Konflik kepentingan antara manager dan pemegang saham dalam teori keagenan dapat diminimumkan dengan suatu pengawasan yang dapat menyejajarkan kepentingan masing-masing. Mekanisme pengawasan ini menyebabkan timbulnya suatu biaya yang disebut biaya keagenan. Perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dalam mengungkapkan informasi melalui pengungkapan pertanggung jawaban sosial (*corporate social responsibility*) dapat digunakan dalam mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan perusahaan.

Oleh karena itu, perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan sehingga *corporate social responsibility* (CSR) akan semakin luas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningsih dan Asyik (2020) yakni ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Kemudian hasil penelitian ini dibantah oleh Saleh *et al* (2020) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh *corporate social responsibility* (CSR)

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengaruh Struktur Kepemilikan Institusional terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

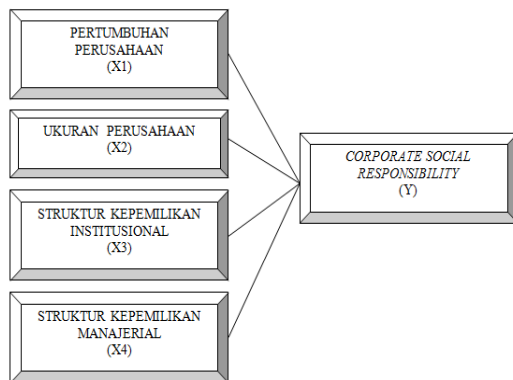
Semakin besar struktur kepemilikan institusional maka semakin efektif pemanfaatan aset perusahaan yang diharapkan dapat bertindak sebagai tindakan pencegahan kecurangan manajemen. Kepemilikan institusional dapat membantu mengurangi masalah keagenan. Dalam teori keagenan struktur kepemilikan institusional sangat penting untuk mengawasi para agen, dengan kata lain dapat mendorong pengawasan yang optimal terhadap kinerja manajemen. Oleh karena itu, struktur kepemilikan institusional dapat mendorong perusahaan untuk pengungkapan *corporate social responsibility* dengan harapan membuat harga saham di pasar modal meningkat seiring dengan kepercayaan masyarakat terhadap transparansi informasi yang diungkap perusahaan. Menurut Singal dan Putra (2019) struktur kepemilikan institusional menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Akan tetapi hasil penelitian Irhami dan Diana (2020) menjelaskan sebaliknya jika struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

H₃: Struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Struktur kepemilikan manajerial harus memiliki peranan dalam menetapkan jumlah pengeluaran *corporate social responsibility*. Tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi cenderung tetap bertahan dimana manajemen dapat melakukan program *corporate social responsibility*.

Berdasarkan teori keagenan terdapat perbedaan kepentingan manajer dengan pemegang saham yang mengakibatkan timbulnya konflik keagenan. Konflik tersebut sangat berpotensi menyebabkan pentingnya suatu mekanisme yang diterapkan untuk melindungi kepentingan pemegang saham. Konflik antara pemilik dan manajer menjadi lebih besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil begitupun sebaliknya. Tindakan Manajer dalam mengungkapkan informasi *corporate social responsibility* dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan, meskipun mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut. Menurut penelitian Ningsih dan Asyik (2020) struktur kepemilikan manajerial menunjukkan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, tetapi penelitian Singal dan Putra (2019) menyatakan struktur kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). H4: Struktur kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Berdasarkan paradigma riset, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif dengan

pendekatan kuantitatif. Berdasarkan jenis dan sifat data pada penelitian ini menggunakan penelitian arsip, menggunakan data sekunder, dimana data tersebut berupa catatan, bukti, atau laporan historis yang tersusun rapi pada arsip yang telah dipublikasikan, sehingga peneliti dapat memproses data tersebut.

Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yakni dependen dan independen. Variabel dependen yang digunakan ialah *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedangkan untuk variabel independen yakni pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial.

Definisi Operasional

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Hadi (2011:48) *Corporate Social Responsibility* yaitu suatu tindakan yang berkaitan dengan pertimbangan etis perusahaan untuk meningkatkan ekonomi disertai dengan peningkatan kualitas hidup pihak internal maupun pihak eksternal. Tingginya tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan terlihat baik oleh masyarakat dan investor begitupun sebaliknya. Berikut rumus untuk menghitung *Corporate Social Responsibility* (CSR):

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

n_j : Jumlah item perusahaan j

X_{ij} : 1 = jika item i diungkapkan,

0 = jika item tidak diungkap

Pertumbuhan Perusahaan

Tingginya nilai pertumbuhan akan meningkatkan kepercayaan para investor, dikarenakan dapat membuat citra perusahaan semakin meningkat seiring pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang tinggi dapat diprediksi akan cenderung lebih banyak melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berikut ini adalah rumus untuk menghitung pertumbuhan perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Hery (2017:3) ukuran perusahaan yaitu skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kapitalisasi pasar, dan sebagainya. Besarnya nilai aset pada suatu perusahaan membuat semakin banyak perputaran uang dan semakin tinggi kapitalisasi pasar membuat perusahaan dapat dikenal masyarakat. Ukuran perusahaan dikatakan dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*. Berikut ini adalah rumus untuk menghitung ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

Struktur Kepemilikan Institusional

Struktur kepemilikan institusional menurut Sugiarto (2011:2) kepemilikan saham institusional perusahaan diukur dengan proporsi jumlah saham institusional yang dimiliki pada akhir tahun dan dinyatakan dalam persentase (%). Struktur kepemilikan institusional merupakan pemegang saham yang berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan dan sarana untuk memonitor manajemen. Berikut ini adalah rumus

untuk menghitung struktur kepemilikan institusional adalah sebagai berikut:

$$\frac{\sum \text{kep. saham pihak institusional} \times 100\%}{\sum \text{saham beredar}}$$

Struktur Kepemilikan Manajerial

Struktur kepemilikan manajerial menurut Sudana (2011:11) yaitu kondisi yang menunjukkan bahwa pihak manajemen berperan dalam pengambilan keputusan perusahaan terkait kinerja manajemen. Hal ini dapat dilihat bahwa tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan semakin produktif dan tanggung jawab yang besar terhadap perusahaan. Kepemilikan manajerial merupakan bagian dari sebuah tata kelola. Rumus yang dapat digunakan sebagai berikut:

$$\frac{\sum \text{kep. saham pihak manajerial} \times 100\%}{\sum \text{saham beredar}}$$

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian menggunakan Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) atau yang telah *go public* periode 2016-2020.
2. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang mempublikasikan *annual report* (laporan tahunan) secara berturut-turut dan selesai diaudit pada *website* perusahaan atau *website* Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang memiliki informasi tentang variabel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai data sekunder yaitu *annual report* (laporan tahunan) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Data yang didapat peneliti dari berbagai sumber, seperti: dari IDX yaitu *annual report* (laporan tahunan) perusahaan manufaktur yang telah dipublikasikan, jurnal penelitian sebelumnya, dan buku pedoman yang berhubungan dengan topik serta variabel penelitian.

Alat Analisis

Untuk menguji pengaruh pertumbuhan, ukuran, dan struktur kepemilikan perusahaan terhadap *corporate social responsibility* perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi, maka digunakan model regresi linier berganda. Alasan penggunaan regresi linier berganda adalah untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Maka berikut adalah model persamaannya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y= *Corporate Social Responsibility*

α = Konstanta Persamaan

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien regresi

X_1 = Pertumbuhan Perusahaan

X_2 = Ukuran Perusahaan

X_3 = Struktur Kep. Institusional

X_4 = Struktur Kep. Manajerial

ε = *Error term*

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum (Ghozali, 2018:19).

Tabel 1
HASIL UJI DESKRIPTIF

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR (Y)	129	0,05	0,71	0,2973	0,13505
Pertumbuhan Perusahaan (X_1)	129	-0,33	0,50	0,0498	0,012929
Ukuran Perusahaan (X_2)	129	25,66	32,73	28,5923	1,542444
Struktur Kep. Institusional (X_3)	129	0,06	0,94	0,6547	0,21949
Struktur Kep. Manajerial (X_4)	129	0,0002	0,6828	0,110968	0,1505695
Valid N (Listwise)	129				

Sumber: hasil *output* SPSS, diolah

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai minimum sebesar 0,05. Nilai ini berasal PT. Tempo Scan Pacific Tbk. (TSPC) tahun 2016. Hal ini disebabkan pada tahun tersebut PT. Tempo Scan Pasific Tbk (TSPC) pada tahun 2016 hanya mengungkapkan 5 indikator *corporate social responsibility* dari 91 indikator dalam *corporate social responsibility*. Nilai maksimum 0,71 dimiliki oleh PT.

Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) sebesar 0,71 pada tahun 2017. Perusahaan tersebut mengungkapkan 65 indikator dari 91 indikator dalam CSR. Nilai rata-rata CSR perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi 2016-2020 sebesar 0,2973 yang berarti rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada penelitian ini sebanyak 27 indikator yang diungkap.

Variabel Pertumbuhan Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar -0,33. Nilai ini diperoleh dari PT. Bantoe International Investama Tbk. (RMBA) yang berarti bahwa perusahaan tersebut memiliki penurunan pertumbuhan penjualan sebesar 33% dibandingkan tahun 2019. Nilai maksimum diperoleh dari PT Parsidha Aneka Niaga Tbk. (PSDN) dengan pertumbuhan perusahaan pada tahun 2017 sebesar 0,50 yang berarti bahwa perusahaan tersebut mengalami peningkatan penjualan pada tahun 2017 dibandingkan penjualan tahun 2016 sebesar 50%.

Selanjutnya variabel ukuran perusahaan berdasarkan tabel memiliki nilai minimum 25,66 dan nilai maksimum sebesar 32,73. Nilai minimum berasal dari PT. Kedaung Indah Can Tbk dan nilai maksimum dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) sebesar 32,73. Dengan nilai rata-rata sebesar 28,5923. Banyaknya ukuran perusahaan dibawah rata-rata sebesar 53% dengan sampel 69 data perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan diatas rata-rata sebesar 47% dengan sampel 60 data perusahaan.

Struktur kepemilikan institusional memiliki nilai minimum 0,06 dan nilai maksimum sebesar 0,94. Nilai minimum berasal dari PT. Kalbe Farma Tbk. (KLBF) dan nilai maksimum dari PT Kimia Farma Tbk. (KAEF) sebesar 0,94 pada tahun 2018. Dengan nilai rata-rata sebesar 0,6547. Nilai rata-rata struktur kepemilikan institusional manufaktur sektor barang konsumsi periode 2016-2020 sebesar 0,6547 yang artinya proporsi jumlah saham institusional rata-rata 65,47% dibandingkan jumlah saham yang beredar.

Nilai minimum variabel struktur kepemilikan manajerial sebesar 0,0002 yang dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dan nilai maksimum sebesar 0,6828 dimiliki oleh PT Langgeng Makmur Industri Tbk. (LMPI) sebesar 0,6828 pada tahun 2020. Dengan nilai rata-rata struktur kepemilikan manajerial manufaktur sektor barang konsumsi periode 2016-2020 sebesar 0,110968 yang artinya proporsi jumlah saham manajerial rata-rata 11,09% dibandingkan jumlah saham yang beredar.

Tabel 2
Hasil Uji Asumsi Klasik

Model	Multikoliniritas		Normalitas <i>Asymp Sig.</i>	Heterokedasitas <i>Sig.</i>	Autokorelasi <i>Run Test</i>
	<i>toleranc</i>	VIF			
Pertumbuhan Perusahaan	0,981	1,020	0,087	0,104	0,478
ukuran perusahaan	0,877	1,140		0,933	
Struktur kepemilikan institusional	0,682	1,467		0,882	
Struktur kepemilikan manajerial	0,648	1,542		0,545	

Berdasarkan tabel 2 hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa pada semua variabel independen yang diteliti pada model regresi menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* yang mendekati 1 atau lebih dari 0,1. Hal ini bermakna bahwa tidak ada satupun variabel independen dalam penelitian ini yang mengalami gejala multikolinieritas pada model regresi ini. Berikutnya dari hasil pengujian normalitas data penelitian ini terdistribusi normal dengan nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar $0,087 > 0,05$. Hasil ini didapatkan setelah melakukan outlier, sehingga jumlah sampel bersih penelitian ini sebanyak 129 sampel atau perusahaan selama periode 5 tahun penelitian.

Sementara itu, untuk hasil pengujian heteroskedastisitas ini terlihat bahwa semua variabel independen tidak terjadi mengalami masalah heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih dari 0,05. Selanjutnya, berdasarkan tabel 3 hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Run Test* 0,478. Bermakna bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Uji Regresi Linear Berganda & Uji Hipotesis

Berdasarkan pada tabel 4 maka persamaan yang dihasilkan untuk model regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$ERC = -0,486 + 0,063_{PP} + 0,025_{UP} + 0,047_{SKI} + 0,136_{SKM} + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar -0,486, yaitu menunjukkan bahwa besarnya variabel dependen *corporate social responsibility* sebesar -0,486 apabila

tidak dipengaruhi oleh variabel independen seperti pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial.

2. Nilai koefisien regresi pertumbuhan perusahaan sebesar 0,063, artinya setiap kenaikan satu variabel pertumbuhan perusahaan dapat menyebabkan adanya kenaikan *corporate social responsibility* sebesar 0,063 dengan asumsi selain variabel pertumbuhan perusahaan dianggap konstan.
3. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,025, artinya jika setiap kenaikan satu variabel ukuran perusahaan dapat menyebabkan adanya kenaikan *corporate social responsibility* sebesar 0,025 dengan asumsi variabel selain ukuran perusahaan dianggap konstan.
4. Nilai koefisien regresi struktur kepemilikan institusional sebesar 0,047, artinya jika setiap kenaikan satu variabel struktur kepemilikan institusional dapat menyebabkan adanya kenaikan *corporate social responsibility* sebesar 0,047 dengan asumsi variabel selain struktur kepemilikan institusional dianggap konstan.
5. Nilai koefisien regresi struktur kepemilikan manajerial sebesar 0,136, artinya jika setiap kenaikan satu variabel struktur kepemilikan manajerial dapat menyebabkan adanya kenaikan *corporate social responsibility* sebesar 0,136 dengan asumsi variabel selain struktur kepemilikan manajerial dianggap konstan.

Tabel 3

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Uji T Sig.
	B	std. Error	
(Constant)	-0,486	0,182	0,011
Pertumbuhan Perusahaan	0,063	0,085	0,460
ukuran perusahaan	0,025	0,006	0,000
Struktur kepemilikan institusional	0,047	0,044	0,279
Struktur kepemilikan manajerial	0,136	0,061	0,028
Adjusted R ²	0,133		
Sig. F	0,002 ^b		

Hasil pengujian menggunakan pengujian F diperoleh nilai F hitung sebesar 4,711 dengan nilai sig 0,002. Nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi fit dan dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian terdapat pengaruh terhadap variabel dependen penelitian, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil uji koefisiensi determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,133 atau 13,3%, artinya besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hanya sebesar 13,3%.

Sementara itu untuk hasil pengujian t menunjukkan bahwa dari kelima hipotesis hanya variabel ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan manajerial berpengaruh secara signifikan terhadap *corporate social responsibility* dengan nilai sig masing-masing 0,000 (UP) 0,028 (SKM) < 0,05.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis pertama dilakukan untuk menguji pengaruh variabel pertumbuhan perusahaan terhadap *corporate social re*

sponsibility. Berdasarkan hasil pengujian terhadap sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 menunjukkan nilai t sebesar 0,743 dengan signifikansi sebesar 0,460. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi 0,460 > 0,05 maka H_1 ditolak dan disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori agensi karena perusahaan dengan pertumbuhan perusahaan yang rendah maupun tinggi tetap meningkatkan *corporate social responsibility* agar dapat meningkatkan kepercayaan investor. Kondisi tersebut dapat ditunjukkan pada grafik nilai rata-rata pertumbuhan perusahaan dan grafik nilai *corporate social responsibility* yang tidak stabil. Selain itu didukung oleh data pada tahun 2018 pertumbuhan perusahaan mengalami penurunan 17,7% tidak berpengaruh signifikan pada nilai *corporate social responsibility* karena hanya turun sebesar 0,2%. Perusahaan yang mengalami penurunan pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh rasio pertumbuhan

penjualan, yang cenderung lebih memilih tetap menggunakan biaya-biaya untuk aktivitas sosial, walaupun menambah beban perusahaan agar meningkatkan kepercayaan investor.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yovana dan Kadir (2020) bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Pradnyani *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis kedua dilakukan untuk menguji pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian terhadap sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 menunjukkan nilai t sebesar 4,086 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_2 diterima dan disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Teori agensi yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat menjelaskan pengungkapan informasi yang lebih luas dapat dibenarkan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar yang mengungkapkan informasi akan lebih besar memiliki tekanan dibandingkan perusahaan kecil. Hal tersebut membuat perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan lebih besar dalam mengungkapkan informasi, melalui pengungkapan *corporate social responsibility* dapat digunakan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan perusahaan.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan ukuran perusahaan yang berpengaruh pada *corporate social responsibility*, sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Saleh *et al.*, (2020) menunjukkan variabel ukuran perusahaan berpengaruh *corporate social responsibility* (CSR). Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Ningsih dan Asyik (2020) tentang pengaruh ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

Pengaruh Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis ketiga dilakukan untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan institusional terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian terhadap sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 menunjukkan nilai t sebesar 1,09 dengan signifikansi $0,279 > 0,05$ maka H_3 ditolak dan H_0 diterima bahwa struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan teori agensi yang menyatakan bahwa struktur kepemilikan institusional dapat mengawasi para agen atau mendorong pengawasan yang optimal terhadap kinerja manajemen tidak dibenarkan. Pada hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa nilai struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Nilai struktur kepemilikan institusional yang semakin tinggi atau rendah membuat pengawasan terhadap kinerja manajemen kurang, namun pihak agen melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* agar harga saham di pasar modal meningkat seiring dengan kepercayaan masyarakat terhadap transparansi informasi perusahaan.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan struktur kepemilikan institusional yang tidak berpengaruh pada *corporate social responsibility*, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Irhami dan Diana (2020) yang menjelaskan jika struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Singal dan Putra (2019) struktur kepemilikan institusional menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial Terhadap Corporate Social Responsibility

Hipotesis keempat dilakukan untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan manajerial terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil pengujian terhadap sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 menunjukkan nilai t sebesar 2,234 dengan signifikansi $0,028 < 0,05$ maka H_4 diterima dan H_0 ditolak bahwa struktur kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Teori agensi yang menyatakan bahwa struktur kepemilikan manajemen memiliki peranan dalam pengambilan keputusan perusahaan terkait kinerja manajemen dapat dibenarkan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi struktur kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan sehingga membuat manajer akan mengungkapkan CSR dalam rangka meningkatkan citra perusahaan.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan struktur kepemilikan manajerial yang berpengaruh pada *corporate social responsibility*, sejalan dengan penelitian

terdahulu yang diteliti oleh Singal dan Putra (2019) menyatakan bahwa struktur kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan dan positif terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Ningsih dan Asyik (2020) struktur kepemilikan manajerial menunjukkan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berikut adalah kesimpulan yang dijabarkan peneliti terkait dengan analisis yang telah dilakukan yaitu:

1. Pertumbuhan perusahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini karena pertumbuhan perusahaan yang menurun secara signifikan, guna meningkatkan kepercayaan investor membuat perusahaan tetap meningkatkan pengungkapan nilai *corporate social responsibility*.
2. Ukuran Perusahaan perusahaan terbukti berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal sejalan dengan semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar kewajiban perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility* karena perusahaan besar yang memiliki banyak *stakeholder* yang memperhatikan keadaan dan kinerja perusahaan, sehingga perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan kegiatan *corporate social responsibility* dan dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* secara tidak langsung dapat membuat citra perusahaan akan naik
3. Struktur kepemilikan institusional terbukti tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini karena semakin kecil struktur kepemilikan institusional membuat pengawasan terhadap kinerja manajemen kurang, namun pihak

agen melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* agar harga saham di pasar modal meningkat seiring dengan kepercayaan masyarakat terhadap transparansi informasi perusahaan

4. Struktur kepemilikan manajerial terbukti berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini karena semakin tinggi struktur kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan dimana biaya pengawasan dan biaya kontrak menjadi rendah

Keterbatasan Penelitian

1. Banyak perusahaan yang dikeluarkan dari sampel dikarenakan beberapa perusahaan belum mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut pada tahun 2016-2020
2. Terdapat 11 data yang harus dibuang untuk memperoleh data yang berdistribusi normal, pada penelitian ini menjelaskan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 13,3%, sedangkan 86,7% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian

Saran

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini mendorong peneliti untuk memberikan saran yakni:

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah periode pengujian, sehingga apabila data dilakukan eliminasi oleh kriteria yang sudah ditentukan atau tereliminasi dengan uji normalitas, sampel masih bisa mengeneralisasi keseluruhan sampel
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen untuk mengantisipasi lemahnya data

pengujian koefisien determinasi (*Adjusted Rsquare*) sehingga dapat memenuhi ketentuan yang ada

DAFTAR PUSTAKA

- Arsad, S., Said, R., Yusoff, H., dan Ahmad, R. (2020). *Ownership Structure and Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure: Empirical Evidence from the Shari'ah Compliant Companies in Malaysia*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(12), 26–42.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi: Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam bidang Akuntansi*. Grasindo. Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irhami, W., & Diana, N. (2020). *Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2016–2018)*. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(10), 96–115.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

- Majeed, S., Aziz, T., & Saleem, S. (2015). *The Effect of Corporate Governance Elements on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: An Empirical Evidence from Listed Companies at KSE Pakistan*. *International Journal of Financial Studies*, 3(4), 530–556.
- Ningsih, F. A., & Asyik, N. F. (2020). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Struktur Kepemilikan, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(7), 12–29.
- Hadi. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Pradnyani, I. G. A. A., Purbawangsa, I. B. A., & Artini, L. G. S. (2017). *Peran Profitabilitas dalam Memediasi Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(5), 167–194.
- S. Joshi, G. (2018). *Determinants of Corporate Social Responsibility Reporting in India*. *Journal of Management*, 6(1), 220–236.
- Saleh, S., Firayanti, A., & Sujono, S. (2020). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2016*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 110–132.
- Singal, P. A., & Putra, I. N. W. A. (2019). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Asing pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(1), 468–484.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan, Teori dan Praktik*. Edisi 2. PT Erlangga. Jakarta.
- Sugiarto. (2011). *Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & B*. Alfabeta. Bandung.
- Sukasih, A., dan Sugiyanto, E. (2017). *Pengaruh Struktur Good Corporate Governance dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)*. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 121–131.
- Supriyono. (2018). *Akuntansi Keperilakuan*. Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Sutedi, A. (2012). *Good Corporate Governance*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Yovana, D. G., & Kadir, A. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Socia*.