



Dampak Ukuran Perusahaan, Kepemilikan, dan Karakteristik CEO Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Seluruh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021)

Raden Arief Wibowo*, Dwi Yudni Linggarsari

Universitas Peradaban

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Sejarah Artikel Diterima: 28 Mei 2024 Direvisi: 30 Juni 2024 Disetujui: 19 Juli 2024 Dipublikasi: 31 Juli 2024</p> <p>Kata Kunci Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>, Total Penjualan, Kepemilikan Pemerintah, <i>Military Connection</i>.</p> <p>*Penulis Korespondensi raden.tutor@gmail.com</p> <p>DOI: 10.60036/jbm.v4i3.art14</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh firm size, ownership dan karakteristik CEO terhadap pengungkapan corporate social responsibility perusahaan dengan 199 sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi data panel dengan model fixed effect dan menggunakan software E. Views v. 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total penjualan dan kepemilikan keluarga tidak berpengaruh negatif, jumlah tenaga kerja, kepemilikan asing, military connection tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility perusahaan. Sedangkan, total asset, kepemilikan publik, dan kepemilikan pemerintah berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility perusahaan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu adanya faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan sepenuhnya, seperti perubahan regulasi atau kondisi pasar yang dapat mempengaruhi hasil penelitian sehingga, penelitian selanjutnya dapat melakukan studi kualitatif mendalam seperti studi kasus untuk menggali lebih dalam praktik CSR di perusahaan tertentu. Hal tersebut dapat membantu dalam memahami dinamika internal perusahaan dan faktor yang mempengaruhi keputusan CSR.</p> <p>ABSTRACT</p> <p><i>This study aims to understand and analyze the influence of firm size, ownership and CEO characteristics on corporate social responsibility disclosure of companies with 199 samples of companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. This study uses a panel data regression analysis method with a fixed effect model and uses software E. Views v. 12. The results of the study indicate that total sales and family ownership don't have a negative effect, the number of workers, foreign ownership, military connections don't have a positive effect on corporate social responsibility disclosure of companies. Meanwhile, total assets, public ownership, and government ownership have a positive effect on corporate social responsibility disclosure of companies. The limitations of this study are the existence of external factors that cannot be fully controlled, such as changes in regulations of market conditions that can affect the results of the study. So, that further research can conduct in-depth qualitative studies such as case studies to dig deeper into CSR practices in certain companies. This can help in understanding the internal dynamics of the company and the factors that influence CSR decisions.</i></p>

PENDAHULUAN

Keberadaan bisnis dalam masyarakat membawa dampak positif, seperti terciptanya lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak kegiatan bisnis perusahaan memiliki potensi untuk merusak lingkungan, mengeksploitasi sumber daya alam dan tenaga kerja, yang dapat mengancam kelangsungan hidup manusia (Dewi & Keni, 2013). Oleh karena itu, praktik tanggung jawab sosial semakin menjadi bagian integral dari strategi bisnis perusahaan yang berkaitan dengan fungsi pemasaran, hubungan masyarakat, dan pengambilan kebijakan investasi. Pada akhirnya, terjadi peningkatan kesadaran terhadap regulasi dan tanggung jawab perusahaan dalam masyarakat, sehingga sekarang banyak perusahaan yang mulai mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya.

Implementasi tanggung jawab sosial di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut mengamanatkan bahwa perusahaan yang bergerak dalam sektor sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Untuk mendukung pelaksanaan undang-undang ini, diterbitkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. PP ini mewajibkan semua perusahaan yang beroperasi dalam sektor sumber daya alam untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial dan menetapkan kewajiban memasukkan program tanggung jawab sosial ke dalam rencana kerja tahunan perusahaan (Prakasa & Astika, 2017). Berkaitan dengan regulasi tersebut, pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia menjadi bagian integral dari regulasi yang berlaku bagi perusahaan emiten dan publik. Ketentuan dari serangkaian peraturan ini mengamanatkan bahwa perusahaan emiten dan publik diwajibkan untuk memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial, khususnya terkait kinerja mereka dalam aspek lingkungan dan sosial (Kartini et al., 2019).

Dalam menghadapi tantangan global dan resistensi dari masyarakat sekitar, setiap perusahaan perlu memberikan perhatian serius terhadap dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari setiap aktivitasnya. Namun pada kenyataannya, masih banyak perusahaan yang tidak menerapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya, sehingga menimbulkan respon negatif dari masyarakat sekitar perusahaan. Selain itu, banyaknya dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan menyebabkan diskusi mengenai tanggung jawab sosial semakin berkembang pesat, seperti yang terlihat dalam kasus Lapindo yang memicu perhatian besar karena merusak lingkungan (Susanto & Joshua, 2017). Dalam konteks ini, kontribusi dan penyebaran tanggung jawab sosial dapat bervariasi sesuai dengan sektor industri masing-masing (Bayoud et al., 2012; Mcguire et al., 2003; Milne & Hackston, 1996). Misalnya, perusahaan di sektor minyak cenderung lebih memperhatikan isu lingkungan, sementara perusahaan di sektor makanan lebih fokus pada aktivitas tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan kesehatan dan pangan. Di sisi lain, masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, seperti karakteristik perusahaan, kepemilikan, dan karakteristik CEO.

Terdapat beberapa kasus tanggung jawab sosial yang terjadi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu kasus tanggung jawab sosial pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (PT. Telkom) pada tahun 2018 yang mengalami penurunan sebesar 0,1209 pada tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan PT. Telkom. Kasus yang sama juga terjadi pada PT. Mitra Energi Persada Tbk yang mengalami penurunan sebesar 0,0329 pada tahun 2018-2019 dan PT. Citra Marga Nusaphala Persada yang mengalami penurunan sebesar 0,011 pada tahun 2018-2019 pada kegiatan tanggung jawab sosialnya. Hal tersebut terjadi akibat adanya penerapan tanggung jawab sosial perusahaan yang belum optimal pada tingkat kepuasan konsumen, karena tingkat kepuasan merupakan salah satu bagian dari CSR. (Aruan et al., 2021).

Selain itu, kasus pencemaran lingkungan sering terjadi akibat aktivitas bisnis perusahaan. Salah satu contoh kasus yang dilansir dari Walhi, 2022 adalah pencemaran lingkungan di

Sukoharjo oleh PT RUM yang telah berjalan dari tahun 2017 hingga saat ini yang menyebabkan pencemaran lingkungan berupa pencemaran udara dan air sungai. Pencemaran udara yang dirasakan warga berupa bau busuk menyengat serta limbah cair yang dibuang ke sungai. Bahkan, pipa pembuangan air limbah PT RUM yang seringkali mengalami kebocoran sehingga limbah cair tersebut mencemari sawah dan air sungai irigasi pertanian, dan juga menimbulkan bau busuk. Di waktu bersamaan, warga Kabupaten Pekalongan juga melaporkan pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh PT Panggung Jaya Indah Textile (Pajitex) yang berlangsung sejak tahun 2006. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan textile yang memproduksi sarung. Aktivitas produksi PT Pajitex menimbulkan pencemaran lingkungan berupa asap dan debu batubara yang keluar dari cerobong perusahaan ditambah dengan suara bising mesin.

Berdasarkan kasus di atas, pelaksanaan dan pelaporan kegiatan tanggung jawab sosial telah menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk memenuhi harapan dari pemegang saham dan pihak-pihak yang berkepentingan. Sehingga, tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai penyediaan informasi baik yang bersifat keuangan maupun non-keuangan, yang menggambarkan interaksi perusahaan dengan lingkungannya. Informasi ini biasanya disajikan dalam bentuk laporan tahunan (*annual report*) perusahaan (S. P. Dewi & Keni, 2013). Program tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan memiliki potensi untuk membangun reputasi, meningkatkan citra perusahaan, serta memperkuat posisi merek dan kelanjutan bisnis. Oleh karena itu, alasan-alasan tersebut mendorong perusahaan untuk bersaing dalam mengungkapkan beragam program tanggung jawab sosial, dengan harapan dapat meminimalkan dampak negatif terhadap aspek sosial dan lingkungan selama menjalankan kegiatan bisnisnya (Subiantoro, 2015).

Dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi, investor sering menggunakan ukuran perusahaan sebagai indikator kinerja keuangan. Ukuran perusahaan digunakan sebagai prediktor untuk menjelaskan tingkat cakupan sosial. Variabel ini berfungsi untuk mengkategorikan skala suatu perusahaan, yang mana perusahaan besar pada umumnya cenderung memberikan informasi sosial yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hubungan ini berkaitan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan besar dengan biaya agensi yang tinggi cenderung memberikan informasi yang lebih rinci. Selain itu, ukuran perusahaan juga mencerminkan kondisi keuangan yang lebih kuat, yang dapat tercermin dari total aset, total penjualan, dan jumlah tenaga kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Fahad & Nidheesh (2020), Widiastuti et al. (2018) serta Wahyuningsih & Mahdar (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Pandangan yang sejalan diungkapkan oleh Susanto & Joshua (2017), yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki kewajiban sosial yang lebih besar terhadap masyarakat, sehingga pengungkapan informasi dalam laporan keuangan juga cenderung lebih luas, dengan harapan dapat meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Temuan serupa juga didukung oleh penelitian Yanti & Budiasih (2016), yang mendukung adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun pandangan berbeda diungkapkan oleh Zulhaimi & Nuraprianti (2019) dan Widya & Sandra (2014), yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Faktor lainnya yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah kepemilikan atau struktur kepemilikan suatu perusahaan. Struktur kepemilikan memainkan peran kunci dalam menentukan tingkat pengeluaran tanggung jawab sosial. Struktur kepemilikan perusahaan mencerminkan kepemilikan saham yang ada, serta perbedaan persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh berbagai pihak dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan suatu perusahaan. Dalam konteks ini, perusahaan dapat dimiliki oleh berbagai

entitas, seperti pemerintah, individu, masyarakat umum, pihak asing, atau pemilik manajerial. Dengan demikian, semakin banyak pihak yang memiliki kepentingan dalam informasi perusahaan, semakin rinci pula cakupan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Rivandi, 2020). Dalam penelitian ini indikator struktur kepemilikan mencakup kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, dan kepemilikan asing.

Penelitian terdahulu mengenai struktur kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial telah dilakukan secara luas, karena bertujuan untuk meningkatkan reputasi dan legitimasi perusahaan di mata masyarakat. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Fahad & Nidheesh (2020) menemukan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian lain yang dilakukan oleh Edison (2017) menyimpulkan bahwa kepemilikan asing, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional secara bersama-sama mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun, hasil penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Karima (2014) dan Siregar & Priantinah (2017), menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan fenomenal dan temuan dari penelitian sebelumnya, peneliti merasa tertarik untuk menguji kembali dampak ukuran perusahaan dan kepemilikan. Penelitian ini memperkenalkan variabel baru, yaitu karakteristik CEO, dengan menggunakan koneksi militer (*military connection*) sebagai indikator pembeda dari penelitian yang dilakukan oleh Fahad & Nidheesh (2020) terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial. Selain itu, peneliti juga memperluas indikator pengukuran untuk variabel ukuran perusahaan dengan memasukkan total penjualan dan jumlah tenaga kerja. Sementara itu, untuk variabel kepemilikan, peneliti menggunakan empat indikator pengukuran yaitu kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, dan kepemilikan asing.

Di sisi lain, peneliti memilih perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2021 sebagai populasi penelitian. Pemilihan periode ini dilakukan dengan tujuan untuk memastikan ketersediaan data laporan keuangan perusahaan yang lebih mutakhir dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Hal ini bertujuan agar penelitian dapat memberikan informasi terkini mengenai kinerja keuangan perusahaan, meningkatkan akurasi data, dan memperluas cakupan sampel. Selain itu, peneliti juga berharap bahwa dengan memilih perusahaan dari rentang waktu ini, hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai variabel yang diuji, dengan keyakinan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang efektif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian Pustaka

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menjadi dasar bagi perusahaan untuk mematuhi norma-norma yang berlaku dalam masyarakat, sehingga perusahaan dapat menjalankan kegiatan bisnisnya dengan lancar (Juniartha & Dewi, 2019). Di sisi lain, Oktariyani & Meutia (2016) menyatakan bahwa teori legitimasi dianggap sebagai kerangka kerja yang bertujuan untuk menjelaskan alasan mengapa perusahaan melakukan pengungkapan sosial. Sementara, Dowling & Pfeffer (1975) menekankan bahwa perusahaan seharusnya menyelaraskan kegiatan organisasinya dengan nilai-nilai sosial masyarakat. Hal ini karena dua dimensi utama untuk mendapatkan dukungan legitimasi adalah memastikan bahwa aktivitas organisasi sesuai dengan nilai-nilai masyarakat dan melaporkan kegiatan yang mencerminkan nilai-nilai sosial tersebut. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa hubungan teori legitimasi dan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu pelaksanaan dan pengungkapan atas aktivitas sosial untuk menanggapi lingkungan di mana perusahaan beroperasi yang dianggap manajemen perusahaan sebagai cara untuk mendapatkan

pengakuan dari masyarakat, investor, kreditur, dan lain-lain, sehingga tanggung jawab sosial dapat menjaga legitimasi antara perusahaan dengan lingkungannya.

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori *stakeholder* menjadi dasar bagi munculnya konsep tanggung jawab sosial, dengan asumsi bahwa perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan dan sosial di sekitarnya. Adanya teori ini, pihak-pihak yang berkepentingan merasa diuntungkan karena teori ini merupakan suatu konsep strategi manajemen yang bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan kelompok eksternal dan mencapai keunggulan kompetitif (Juniartha & Dewi, 2019). Dalam penelitian ini, teori *stakeholder* digunakan untuk menjelaskan variabel dependen terkait perlunya perusahaan menjaga hubungan positif dengan para pemangku kepentingannya.

Teori Agensi (Agency Theory)

Teori agensi pertama kali dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976) dan menjelaskan bahwa hubungan keagenan terjadi ketika satu atau lebih individu sebagai pemilik saham (*principal*) mempekerjakan orang lain, yaitu manajemen (*agent*), untuk memberikan layanan dan izin pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Dalam konteks manajemen keuangan, hubungan keagenan terwujud ketika pemegang saham menunjuk manajer atau agen untuk mengelola dan mengambil keputusan perusahaan, serta menampilkan keterkaitan antara manajer dan para kreditur (Rochayatun, 2016).

Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial menurut Sunaryo & Mahfud (2016), merupakan inisiatif yang diambil oleh perusahaan secara sukarela untuk meningkatkan perhatiannya terhadap isu-isu lingkungan dan sosial. Ini melibatkan interaksi dan kontribusi perusahaan dengan para pemangku kepentingan dalam rangka mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Konsep tanggung jawab sosial secara umum tidak hanya berkaitan dengan kepentingan pemilik dan pemegang saham, tetapi juga mencakup hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Hal tersebut mengimplikasikan bahwa perusahaan, selain beroperasi untuk kepentingan internalnya, juga diharapkan memberikan kontribusi positif bagi para pemangku kepentingan.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, melalui pelaporan dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan. Hal ini merupakan bagian dari komitmen etis perusahaan dan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi, khususnya dalam konteks masyarakat dan lingkungan sekitar. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini memiliki tujuan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, yang dianggap sebagai faktor strategi dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Menurut PSAK 1 No. 1 (Revisi 2013) tahun 2015, menyatakan bahwa cakupan tanggung jawab sosial di Indonesia bersifat sukarela, namun paragraf empat belas (14) menegaskan bahwa entitas dapat menyajikan laporan keuangan, laporan lingkungan, dan laporan nilai tambah. Ragam menggunakan laporan ini dapat disebarkan terutama dipengaruhi oleh faktor lingkungan pada industri yang bersangkutan, sehingga kebijakan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dapat bervariasi dan menyebabkan perbedaan pada tingkat penyebaran yang dipublikasikan (R. A. Sari, 2012).

Total Asset

Total aset menurut Margaretha (2003: 108) merupakan keseimbangan antara utang dan modal yang telah dicapai oleh suatu perusahaan. Apabila aset perusahaan semakin besar maka

perusahaan semakin mudah memperoleh modal dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset yang lebih sedikit (Margaretha, 2011). Perusahaan dengan total aset yang besar seringkali memiliki skala operasi yang lebih besar dan sumber daya yang lebih besar. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih rinci dan memiliki sumber daya untuk melaksanakan inisiatif tanggung jawab sosial yang lebih besar dan beragam. Penelitian yang dilakukan Fahad & Nidheesh (2020) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara total aset dan pengungkapan CSR. Hal tersebut berkaitan dengan teori agensi, yang mengungkapkan bahwa perusahaan yang mempunyai ukuran besar dalam mengurangi biaya keagenan akan melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas. Sehingga hipotesis pertama dikembangkan sebagai berikut:

H1 : Total asset berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Total Penjualan

Ukuran perusahaan dapat dinilai dengan melihat total penjualan. Total penjualan adalah jumlah barang atau jasa yang dijual oleh perusahaan dalam periode tertentu. Perusahaan dengan total penjualan besar akan cenderung lebih banyak menjalankan kegiatan yang berdampak bagi masyarakat dan memiliki risiko kerusakan lingkungan yang lebih besar, sehingga dalam mempertimbangkan dampak dari kegiatan bisnisnya tersebut perusahaan perlu meningkatkan total penjualan dengan memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya (Oviliana et al., 2021). Semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan terhadap aktivitas sosial perusahaan juga akan semakin kecil begitupun sebaliknya. Hasil penelitian Oviliana et al. (2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan total penjualan memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, karena dengan total penjualan yang besar dalam suatu perusahaan biasanya perusahaan enggan mengeluarkan biaya yang besar untuk aktivitas yang diluar aktivitas operasi perusahaan. Sehingga hipotesis kedua dikembangkan sebagai berikut:

H2 : Total penjualan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Jumlah Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan jumlah karyawan tetap dan tidak tetap yang dipekerjakan di suatu perusahaan pada suatu periode tertentu, karena karyawan merupakan salah satu indikator yang dapat menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan dengan jumlah tenaga kerja yang besar sering memiliki lebih banyak sumber daya manusia yang dapat diperuntukkan untuk tanggung jawab sosial. Mereka memiliki departemen tanggung jawab sosial yang lebih besar dan tim yang kuat untuk merencanakan dan mengelola inisiatif tanggung jawab sosial. Selain itu, dengan jumlah tenaga kerja yang besar, perusahaan dapat menciptakan budaya kepedulian terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, sehingga karyawan memiliki dampak positif dalam mendorong perusahaan aktif dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih kuat. Hasil penelitian yang dilakukan (Sembiring, 2005; Zuraida et al., 2011) menemukan bahwa jumlah tenaga kerja berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil tersebut dapat menggambarkan bahwasanya besar kecilnya suatu perusahaan dapat berpengaruh pada pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan. Dengan demikian, semakin banyak aktivitas yang dilakukan perusahaan akan memiliki dampak terhadap lingkungan dan sosial. Sehingga hipotesis ketiga dikembangkan sebagai berikut:

H3 : Jumlah tenaga kerja berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kepemilikan Publik

Kepemilikan publik merujuk pada bagian saham yang dimiliki oleh masyarakat umum dalam suatu perusahaan, yang memungkinkan mereka untuk menyatukan perusahaan. Perusahaan

dengan kepemilikan publik cenderung mengalami tekanan yang lebih besar dari pihak pemegang saham untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih rinci dan terbuka. Hal ini disebabkan oleh tingginya ekspektasi pemegang saham publik terhadap transparansi dari tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin luas apabila saham yang dimiliki publik besar, sehingga perusahaan akan berusaha sebaik-baiknya untuk mendapatkan dukungan dari publik (Oktariani, 2013). Di sisi lain, perusahaan akan memiliki tingkat kredibilitas tinggi apabila saham yang dimiliki publik banyak. Dengan demikian, perusahaan dianggap mampu beroperasi terus menerus dan dapat melakukan pengungkapan informasi sosial yang lebih luas. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hitipeuw & Kuntari, 2020; Rifqiyah et al., 2016) menemukan bahwa kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil tersebut berarti bahwa perusahaan dengan kepemilikan publik yang tinggi dinilai mampu beroperasi serta dapat memberikan dividen kepada masyarakat yang sesuai serta perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Sehingga hipotesis keempat dikembangkan sebagai berikut:

H4 : Kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kepemilikan Keluarga

Kepemilikan keluarga adalah persentase jumlah saham yang dimiliki pihak keluarga dalam suatu perusahaan. Kepemilikan keluarga seringkali memberikan keluarga pemilik kontrol langsung atas perusahaan, sehingga mereka memiliki kemampuan untuk memutuskan sejauh mana kegiatan tanggung jawab sosial akan diungkapkan. Perusahaan dengan kepemilikan keluarga yang tinggi mungkin kurang merasakan tekanan dari pemegang saham atau lembaga eksternal untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Ketika pengendalian kepemilikan berada dalam satu keluarga, kekurangan tekanan eksternal dapat mengurangi inisiatif untuk melakukan pengungkapan yang luas. Selain itu, keluarga pemilik mungkin kurang mempedulikan terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, atau mereka berasumsi bahwa isu-isu tersebut bukanlah prioritas perusahaan. Sehingga hal ini dapat mempengaruhi sejauh mana perusahaan bersedia untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara luas. Hasil penelitian yang dilakukan (Muttakin & Khan, 2014; Sari, 2016) menemukan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, yang berarti bahwa perusahaan kurang memperhatikan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, karena pemilik keluarga tidak terdorong untuk berinvestasi dalam kegiatan CSR. Sehingga hipotesis kelima dikembangkan sebagai berikut:

H5 : Kepemilikan Keluarga berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kepemilikan Pemerintah

Salah satu pemangku kepentingan perusahaan adalah pemerintah. Kepemilikan pemerintah merupakan proporsi saham yang dimiliki oleh pihak pemerintah dari total saham yang beredar di perusahaan. Pemerintah sering memiliki peran dalam merumuskan kebijakan dan regulasi terkait tanggung jawab sosial. Perusahaan yang dimiliki pemerintah diwajibkan oleh hukum atau regulasi untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tertentu. Hal ini dapat mendorong pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih komprehensif. Sebagai contoh, perusahaan BUMN. Pengelolaan yang dilakukan oleh BUMN akan mencerminkan tercapainya keberhasilan pemerintah dalam mengelola perusahaan. Berkaitan hal tersebut, seharusnya adanya tekanan dan sorotan masyarakat mampu membuat perusahaan pemerintah lebih transparan dalam menyajikan informasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Trinesia & Husaini (2020), membuktikan bahwa kepemilikan pemerintah memberikan pengaruh

positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sehingga hipotesis keenam dikembangkan sebagai berikut:

H6 : Kepemilikan pemerintah berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan proporsi jumlah kepemilikan saham oleh pihak asing, baik individu maupun lembaga terhadap perusahaan, karena kepemilikan asing dianggap sebagai pihak yang perhatian terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Ilene, 2016). Beberapa perusahaan asing dihadapkan pada tekanan dari pemangku kepentingan global, seperti organisasi non-pemerintah (NGO) internasional atau lembaga-lembaga keuangan internasional, untuk lebih aktif dalam kegiatan tanggung jawab sosial. Hal ini dapat mendorong perusahaan asing untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Selain itu, perusahaan menganggap bahwa kepemilikan asing merupakan pihak yang memiliki fokus terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Dewi & Suaryana, 2015). Hasil penelitian Fahad & Nidheesh (2020), Dewi & Suaryana (2015) menemukan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, karena perusahaan dengan kepemilikan asing akan lebih peduli terhadap kondisi lingkungan serta investor asing lebih memiliki komitmen untuk taat pada aturan yang ada di wilayah operasional perusahaan. Sehingga hipotesis ketujuh dikembangkan sebagai berikut:

H7 : Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Military Connection

Keterlibatan perwira militer dalam suatu bisnis sudah terjadi dari awal tahun 1950-an. Akses pendanaan dalam konteks negara berkembang bisa didapatkan oleh koneksi yang dimiliki oleh perwira militer (Harymawan, 2017). Koneksi tersebut dapat mendorong tata kelola perusahaan untuk lebih berkomitmen dalam melaksanakan kegiatan CSR, karena dengan memiliki latar belakang militer dapat menjadi modal manajemen untuk bertindak secara etis, bermoral, dan berintegritas. Hasil penelitian yang dilakukan Utpala & Adiwibowo (2021) dan Nasih et al. (2019) menemukan bahwa *military connection* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, karena dengan kejujuran, integritas, dan kepekaan terhadap alam, dapat memberi dampak positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan pada pelaporan informasi kinerja perusahaan. Selain itu, CEO dengan memiliki latar belakang militer mampu mendorong pelaksanaan CSR yang lebih baik. Sehingga, hipotesis kedelapan dikembangkan sebagai berikut:

H8 : *Military connection* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang menghasilkan sebanyak 199 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021. Adapun kriteria yang digunakan dalam memilih sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di BEI serta mengeluarkan laporan tahunan yang lengkap selama periode penelitian 2017-2021.
2. Perusahaan yang menyampaikan data *annual report* secara lengkap.
3. Perusahaan menggunakan satuan rupiah.
4. Memiliki data yang lengkap berkaitan dengan variabel-variabel yang digunakan untuk penelitian ini.

Sumber data dalam penelitian ini diambil dari website resmi Bursa Efek Indonesia (<https://www.idx.co.id>) dan website perusahaan yang terdaftar periode 2017-2021 yaitu laporan keuangan dan tahunan perusahaan.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR). Pengungkapan CSR diukur menggunakan analisis konten dengan CSR Reporting Index (CSRRI) yang dikembangkan oleh Fallah & Mojarrad (2019), berisi 60 item ceklis yang terdiri dari tujuh sektor meliputi kontribusi sektor kesehatan, dukungan untuk pendidikan, dukungan untuk bencana alam, kegiatan untuk karyawan, masalah lingkungan, dan produk jasa dan pernyataan.

Tabel 1. Item Pengukuran Pengungkapan CSR

Kategori	No.	Indikator
Kategori Sektor Kesehatan	1	Dukungan medis pasien HIV
	2	Program pendampingan HIV
	3	Bantuan untuk anak-anak disabilitas dan tidak mampu
	4	Dukungan untuk korban kekerasan rumah tangga
	5	Donasi operasi bibir sumbing dan langit-langit mulut
	6	Menyelenggarakan operasi plastik
	7	Sumbangan peralatan medis mahal ke rumah sakit
	8	Sumbangan untuk pembangunan rumah sakit kanker
	9	Sumbangan untuk ruang operasi rumah sakit ginjal
	10	Donasi ke organisasi untuk membeli peralatan bagi anak tunarungu
	11	Sumbangan untuk rumah sakit anak dan perempuan untuk biaya operasional
	12	Donasi untuk rumah sakit mata
Dukungan Sektor Pendidikan	13	Dukungan finansial untuk semua anak yang lahir tunanetra
	14	Donasi untuk universitas membangun pusat penelitian
	15	Beasiswa riset mahasiswa dari berbagai universitas
	16	Beasiswa mahasiswa/siswa berprestasi dan tidak mampu
	17	Pendidikan dan rehabilitasi
	18	Beasiswa untuk penyandang cacat fisik
	19	Sumbangan buku untuk kampus dan universitas
	20	Menyelenggarakan kompetisi pelajar lokal dan internasional
	21	Bantuan untuk mahasiswa/siswa yang menderita penyakit mematikan
	22	Fasilitas magang bagi mahasiswa/siswa dengan tunjangan tunai
	23	Fasilitas kerja paruh waktu bagi mahasiswa/siswa
Dukungan untuk Bencana Alam	24	Bantuan banjir dan gempa bumi
	25	Donasi karyawan untuk masyarakat terdampak
	26	Bantuan rehabilitasi tunawisma akibat erosi sungai
	27	Distribusi kain sutra untuk orang terkena flu
	28	Donasi untuk pengungsi internal
Donasi Lain	29	Bantuan dana kepala desa untuk korban banjir
	30	Pendirian pusat kesehatan bagi masyarakat perdesaan
	31	Bantuan untuk korban serangan teroris
	32	Donasi peralatan untuk pasien talasemia
	33	Bantuan untuk anak jalanan
	34	Bantuan bencana alam untuk negara tetangga
	35	Mensponsori kegiatan nasional dan internasional
	36	Donasi ke berbagai organisasi olahraga
	37	Bantuan untuk berbagai trust yang bekerja untuk orang-orang miskin
	38	Program keterlibatan staf

Kategori	No.	Indikator
Kegiatan untuk Karyawan	39	Biaya pelatihan karyawan
	40	Jumlah karyawan
	41	Pengembangan karier
	42	Manfaat karyawan
	43	Rencana kompensasi untuk karyawan
	44	Fasilitas anak karyawan
	45	Jumlah karyawan yang dilatih
	46	Besaran alokasi anggaran pelatihan pegawai
	47	Kategori karyawan berdasarkan fungsi
Masalah Lingkungan	48	Biaya tindakan keselamatan kerja
	49	Informasi tentang dukungan penitipan anak, cuti melahirkan dan cuti ayah
	50	Penghargaan untuk perlindungan lingkungan
	51	Penanaman pohon untuk penghijauan
	52	Dukungan untuk melindungi lingkungan
Produk Jasa dan Pernyataan	53	Biaya fasilitas peralatan ramah lingkungan
	54	Promosi kesadaran lingkungan terhadap masyarakat
	55	Penjelasan jenis produk/jasa utama
	56	Peningkatan kualitas produk
	57	Peningkatan pelayanan pelanggan
	58	Penerimaan penghargaan untuk CSR
59	Pernyataan nilai tambah	
60	Memberikan informasi untuk melakukan penelitian keselamatan produk di perusahaan	

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Variabel independen yang digunakan di dalam penelitian ini adalah total asset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing, dan *military connection*.

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No.	Definisi Konseptual Variabel	Definisi Operasional Variabel	Literatur
1	Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan informasi keuangan dan non keuangan mengenai interaksi perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar yang dilakukan secara berkala dan tercermin dalam laporan tahunan.	<p>Analisis konten dengan 60 item ceklis yang terdiri dari 7 sektor meliputi kontribusi sektor kesehatan, dukungan sektor pendidikan, dukungan untuk bencana alam, donasi lain, kegiatan untuk karyawan, masalah lingkungan, dan produk jasa dan pernyataan.</p> $CSRDI_j = \frac{\sum d_i^{60}}{n_j}, n_j = 60$ <p>Keterangan: CSRDI_j: CSR Indeks perusahaan j d_i : Jml item yang diungkapkan n_j : 60</p>	Muhammad Ali Fallah dan Fayegh Mojarrad (2019)
2	<i>firm size</i> adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan. Perusahaan dikatakan besar ketika memiliki aset > 10 M dan total penjualan > 50 M, sedangkan perusahaan dikatakan kecil ketika	$= \ln \left(\frac{\text{Total Penjualan neto atau total pendapatan jasa}}{\text{Total Asset}} \right)$	<p>Oviliana et al. (2021)</p> <p>Trinesia & Husaini (2020)</p>

No.	Definisi Konseptual Variabel	Definisi Operasional Variabel	Literatur
	memiliki aset >50 juta-500 juta dan total penjualan > 300juta-2,5 M. Kemudian untuk jumlah tenaga kerja menggunakan skala pengukuran rasio.	= Jumlah karyawan L/P yang bekerja di suatu perusahaan pada periode tertentu	Zuraida et al. (2011)
3	Kepemilikan Publik adalah persentase saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat umum di sebuah perusahaan.	$\frac{\text{Jml Kepemilikan publik}}{\text{Total saham perusahaan}} \times 100\%$	Hitipeuw & Kuntari, (2020)
4	Kepemilikan Keluarga adalah persentase jumlah saham paling besar yang dimiliki oleh pihak keluarga	Kepemilikan saham oleh keluarga > 5% (yang namanya tercantum pada laporan keuangan) tidak dimiliki pemerintah, lembaga keuangan, atau masyarakat (individu yang kepemilikannya tidak tercantum di laporan keuangan)	Sari (2016)
5	Kepemilikan Pemerintah adalah jumlah kepemilikan saham oleh pihak pemerintah (<i>government</i>) dari total saham beredar perusahaan. Kepemilikan pemerintah yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kepemilikan saham oleh negara (BUMN) dalam sebuah perusahaan.	$\frac{\text{Jml saham pemerintah}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$	Husaini dan Meily Trinesia (2020)
6	Kepemilikan Asing adalah jumlah kepemilikan saham oleh pihak asing, baik individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan.	$\frac{\text{Jumlah saham pihak asing}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$	Trinesia & Husaini (2020)
7	<i>Military Connection</i> adalah keterlibatan perwira militer dalam suatu bisnis. Perusahaan dengan satu atau lebih CEO yang memegang jabatan militer sebelum menduduki jabatan CEO.	Skor 1 untuk perusahaan dengan CEO yang memegang jabatan militer sebelum menduduki jabatan CEO dan sebaliknya diberi skor 0.	Nasih et al. (2019)

Sumber: Data diolah penulis (2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM). Pilihan ini didasarkan pada hasil uji Chow, Hausman, dan Lagrange yang menegaskan penerimaan *Fixed Effect Model*.

Analisis Regresi Data Panel

Hasil pengujian pengaruh total aset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing, dan *military connection* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.031512	0.036211	-0.870215	0.3845
Total Asset	8.430000	1.770000	4.773320	0.0000
Total Penjualan	-1.760000	1.650000	-1.067290	0.2862
Jumlah Tenaga Kerja	1.040000	1.290000	0.800896	0.4234
Kepemilikan Publik	0.012771	0.004017	3.178782	0.0015
Kepemilikan Keluarga	-0.044130	0.024104	-1.830806	0.0675
Kepemilikan Pemerintah	0.069485	0.018101	3.838705	0.0001
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Kepemilikan Asing	-0.002482	0.013056	-0.190070	0.8493
<i>Military Connection</i>	0.002645	0.014805	0.178647	0.8583
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.678794	F-statistic	8.022209	
Adjusted R-squared	0.594180	Prob(F-statistic)	0.000000	

Sumber: Data diolah E. Views v. 12

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Besarnya pengaruh total asset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing, dan *military connection* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasinya (*adjusted R-Squared*) yaitu sebesar 0.594180 atau setara dengan 59%. Hal tersebut berarti bahwa keragaman pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan oleh variable independen seperti total asset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing, dan *military connection* sebesar 59%.

Sementara sisanya 41% dijelaskan oleh variable selain dalam penelitian ini. Artinya terdapat variable lain yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 41% selain variabel total asset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing, dan *military connection*.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan menghasilkan nilai $F_{\text{Hitung}} = 8.022209$ dengan probabilitas 0.000000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa probabilitas < *level of significance* ($\alpha=0.05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan total asset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing, dan *military connection* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh total aset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing, dan *military connection* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Adapun metode dalam penentuan t tabel menggunakan ketentuan tingkat signifikansi 5% dengan $df = n-9$ (pada penelitian ini $df = 190$) sehingga didapat nilai t tabel sebesar 1.65291. Berikut hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji T

Hipotesis	Arah Hipotesis	Hasil Pengujian	Keputusan
Total Asset	(+)	Berpengaruh positif	Diterima
Hipotesis	Arah Hipotesis	Hasil Pengujian	Keputusan
Total Penjualan	(-)	Tidak berpengaruh negatif	Ditolak
Jumlah Tenaga Kerja	(+)	Tidak berpengaruh positif	Ditolak
Kepemilikan Publik	(+)	Berpengaruh positif	Diterima
Kepemilikan Keluarga	(-)	Tidak berpengaruh negatif	Ditolak
Kepemilikan Pemerintah	(+)	Berpengaruh positif	Diterima
Kepemilikan Asing	(+)	Tidak berpengaruh positif	Ditolak
<i>Military Connection</i>	(+)	Tidak berpengaruh positif	Ditolak

Sumber: Data diolah oleh penulis 2023

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh total aset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, kepemilikan publik, kepemilikan keluarga, kepemilikan pemerintah, kepemilikan asing, dan *military connection* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Setelah melakukan pengamatan sampel penelitian perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 ditemukan bahwa kebanyakan perusahaan lebih banyak melakukan pengungkapan pada kategori dukungan sektor pendidikan & rehabilitasi, kategori kegiatan untuk karyawan, kategori masalah lingkungan, dan kategori produk jasa dan pernyataan. Artinya, perusahaan hanya mengungkapkan tanggung jawab sosial yang bersifat umum saja sebagai pemenuhan kewajiban dalam pelaporan tanggung jawab sosial atas peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, perusahaan masih sangat enggan untuk mempublikasikan tanggung jawab sosialnya, yang sangat mempengaruhi pembangunan berkelanjutan karena kurangnya partisipasi penuh dalam pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial. Sehingga dari pengujian hipotesis diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Pengaruh Total Asset terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Bukti bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dipengaruhi oleh total aset telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Hal ini berkaitan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai ukuran besar dalam mengurangi biaya keagenan akan melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas. Dalam hal ini perusahaan dengan total aset yang besar, maka dituntut untuk lebih terbuka dalam pengungkapan informasi perusahaan. Pengungkapan informasi yang lebih banyak akan menandakan bahwa perusahaan telah baik dalam menerapkan prinsip-prinsip manajemen. Selain itu, pengungkapan yang lebih luas merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan sehingga perusahaan tersebut banyak disoroti.

Sementara itu, berdasarkan teori legitimasi suatu organisasi atau bisnis akan bertahan jika masyarakat menyadari bahwa organisasi atau bisnis tersebut beroperasi berdasarkan sistem nilai yang konsisten dengan sistem masyarakat. Sedangkan berdasarkan teori *stakeholder*, suatu perusahaan dengan margin keuntungan yang signifikan akan mengungkapkan informasi tambahan sebagai sumber informasi untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan tersebut memiliki daya saing yang meyakinkan dan menekankan kemampuan bisnisnya yang unggul.

Dalam penelitian ini, hasil pengujian total aset terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial menunjukkan adanya pengaruh positif. Hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa semakin besar total aset perusahaan, maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh total aset terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial seperti penelitian yang dilakukan oleh (Fahad & Nidheesh, 2020; Susanto & Joshua, 2017; Trinesia &

Husaini, 2020; Wahyuningsih & Mahdar, 2018; Widiastuti et al., 2018; Yanti & Budiasih, 2016) yang menemukan bahwa total aset berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Semua penelitian ini menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Purnamasari et al. (2016) yang menemukan bahwa total aset tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2) Pengaruh Total Penjualan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 diperoleh hasil bahwa total penjualan tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunarsih & Kumarantini (2018) dan Rahmawati (2017) yang menyatakan bahwa total penjualan tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan dengan total penjualan tinggi sering memiliki sumber daya keuangan yang lebih besar. Hal ini memungkinkan mereka untuk melibatkan lebih banyak anggaran dalam program CSR dan melakukan pengungkapan yang lebih rinci tanpa harus mengorbankan kinerja keuangan mereka. Akan tetapi, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Oviliana et al. (2021) yang menyatakan bahwa total penjualan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, karena perusahaan dengan total penjualan yang besar biasanya enggan mengeluarkan biaya yang besar untuk aktivitas diluar aktivitas operasi perusahaan.

Sementara itu, teori agensi menyatakan bahwa peran manajemen adalah untuk menjaga kepentingan pemegang saham. Dalam hal ini tidak selalu berarti mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, total penjualan tidak harus berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR jika memahami pentingnya manajemen CSR dalam mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR di Indonesia bersifat mandatori, sehingga motivasi perusahaan untuk melaksanakan CSR adalah untuk menghindari konflik dengan masyarakat dan pemerintah terkait dampak negatif operasional perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (Sunarsih & Kumarantini, 2018). Perusahaan besar yang beroperasi di pasar internasional atau sektor-sektor tertentu mungkin terikat oleh regulasi yang mengharuskan mereka untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih rinci. Sehingga kepatuhan terhadap regulasi ini dapat menjadi insentif tambahan untuk pengungkapan CSR.

Kemudian dalam teori *stakeholder*, total penjualan yang tinggi biasanya dianggap sebagai hasil dari beroperasinya perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, bukan sebagai penghalang terhadap praktik CSR. Keselarasan antara kepentingan *stakeholder*, praktik CSR, dan kesuksesan perusahaan adalah prinsip mendasar dalam pendekatan ini, dan hal ini mengarah pada keyakinan bahwa total penjualan yang tinggi dapat berjalan seiring dengan praktik CSR yang kuat. Perusahaan dengan total penjualan tinggi seringkali memiliki pemangku kepentingan yang beragam, termasuk pemegang saham institusi, konsumen, dan masyarakat. Tekanan dari pemangku kepentingan ini dapat mendorong perusahaan untuk lebih aktif dalam pengungkapan CSR untuk memenuhi harapan dan mempertahankan reputasi.

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang beroperasi dengan total penjualan yang besar sering kali berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk konsumen, pemasok, regulator, dan masyarakat. Beberapa perusahaan yang mencapai total penjualan tinggi memiliki budaya organisasi yang memprioritaskan dampak sosial dan lingkungan. Mereka dapat melihat CSR sebagai tanggung jawab sosial mereka dan berusaha untuk berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Sehingga pengungkapan CSR dapat

digunakan untuk memenuhi harapan dan tuntutan dari beragam pemangku kepentingan. Dalam hal ini, dapat dipahami bahwa total penjualan yang tinggi tidak selalu berimplikasi negatif terhadap pengungkapan CSR, namun sebaliknya dapat menjadi dorongan bagi perusahaan untuk terlibat lebih aktif dalam praktik CSR untuk memperkuat posisi pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.

3) Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 diperoleh hasil bahwa jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh W. N. Sari & Rani (2015) yang menemukan bahwa jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan jumlah tenaga kerja besar lebih fokus pada efisiensi operasional dan kinerja keuangan. Dalam situasi ini, mereka cenderung untuk lebih memprioritaskan strategi bisnis yang mengoptimalkan produksi dan profitabilitas daripada terlibat dalam praktik CSR.

Sepanjang tahun pengamatan, perusahaan cenderung mempublikasikan item pengungkapan tanggung jawab sosial yang paling banyak dalam kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial secara umum, seperti pengungkapan jumlah karyawan dan sebaran jenis karyawan berdasarkan fungsinya. Sehingga banyaknya pekerja di perusahaan tidak menyebabkan perusahaan mempublikasikan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya. Hal ini dikarenakan hubungan jumlah tenaga kerja dan pengungkapan CSR bersifat kompleks dan bervariasi tergantung pada strategi bisnis, budaya perusahaan, dan tekanan pemangku kepentingan. Meskipun jumlah tenaga kerja dapat memainkan peran dalam sejauh mana perusahaan terlibat dalam praktik CSR, namun masih banyak faktor lain yang juga memengaruhi keputusan perusahaan.

Menurut teori legitimasi, perusahaan berusaha untuk menjaga citra positif dan mendapatkan dukungan dari pemangku kepentingan dengan memenuhi harapan dan norma sosial yang berlaku. Namun, jumlah tenaga kerja mungkin tidak secara langsung terkait dengan legitimasi perusahaan dalam konteks CSR. Hal ini karena jumlah tenaga kerja hanyalah satu faktor internal perusahaan dan tidak selalu menjadi indikator yang jelas dari tanggung jawab sosial. Kemudian, menurut teori *stakeholder* perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan berbagai kelompok pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan. Dalam hal ini, pengungkapan CSR dapat lebih dipengaruhi oleh tuntutan pemangku kepentingan eksternal seperti konsumen, investor, dan masyarakat umum daripada oleh jumlah tenaga kerja internal. Sehingga, pengungkapan CSR lebih sering berkaitan dengan bagaimana perusahaan memenuhi harapan dan tuntutan dari pemangku kepentingan eksternal tersebut.

Kemudian, menurut teori agensi pengungkapan CSR sering digunakan untuk mengurangi konflik keagenan dengan menunjukkan bahwa manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik dan menjalankan perusahaan secara etis. Jumlah tenaga kerja mungkin tidak dianggap sebagai variabel yang signifikan dalam mengurangi konflik keagenan terkait dengan CSR. Hal ini dikarenakan kebijakan CSR tidak selalu dikendalikan oleh jumlah tenaga kerja, tetapi lebih sering terkait dengan nilai-nilai perusahaan, komitmen manajemen, dan tekanan pemangku kepentingan. Sehingga, meskipun memiliki jumlah tenaga kerja besar, perusahaan dapat memiliki pendekatan yang bervariasi terhadap praktik CSR. Dengan demikian, dalam konteks teori legitimasi, *stakeholder* dan agensi, jumlah tenaga kerja mungkin tidak dianggap sebagai faktor utama yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR lebih sering berkaitan dengan faktor-faktor eksternal dan strategis yang lebih langsung terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Zuraida et al. (2011) yang menyatakan bahwa jumlah tenaga kerja berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan karena jumlah pekerja yang semakin banyak akan memberikan tekanan kepada manajemen untuk lebih memperhatikan karyawan guna mendorong pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan karena terkait dengan program kerja yang akan diumumkan kepada publik yang dilaksanakan perusahaan.

4) Pengaruh Kepemilikan Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 diperoleh hasil bahwa kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hitipeuw & Kuntari (2020), Rifqiyah et al. (2016) yang menyatakan bahwa kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan karena kepemilikan saham oleh publik akan mendorong perusahaan untuk lebih luas mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan. Pemegang saham publik sering memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap transparansi dan praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang diperdagangkan di pasar saham dapat merespons tekanan ini dengan meningkatkan pengungkapan CSR sebagai upaya untuk memenuhi harapan pemegang saham dan menjaga kepercayaan mereka.

Menurut teori legitimasi, perusahaan memerlukan penerimaan dari masyarakat/publik yang dapat diperoleh dengan melakukan kegiatan CSR. Pengungkapan CSR ke dalam laporan tahunan dapat digunakan perusahaan sebagai bentuk komunikasi kepada pemegang saham publik. Jika perusahaan memiliki kepemilikan saham oleh publik, maka hal ini akan mendorong perusahaan untuk lebih luas atas menyebarkan CSR dalam laporan tahunan. Sementara dalam konteks teori agensi, perusahaan dianggap sebagai agen yang beroperasi atas nama pemegang saham (*principal*). Kepemilikan publik menciptakan pemisahan antara manajemen (*agent*) dan pemilik saham (*principal*). Para pemegang saham publik biasanya memiliki kepentingan yang tersebar dan lebih sulit mengawasi manajemen. Sehingga pengungkapan CSR yang baik dapat meminimalkan risiko agensi dan membantu mengurangi ketidakpercayaan pemegang saham publik terhadap manajemen perusahaan.

Kemudian menurut teori *stakeholder*, kepemilikan publik menghasilkan banyak pemangku kepentingan dalam perusahaan. Sehingga perusahaan yang memiliki kepemilikan publik cenderung lebih rentan terhadap tekanan dari berbagai kelompok pemangku kepentingan. Untuk menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan dan menjawab tuntutan mereka, perusahaan dapat meningkatkan pengungkapan CSR sebagai cara untuk menunjukkan keterlibatan mereka dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan demikian, pengungkapan CSR di bawah kepemilikan publik mencerminkan responsibilitas perusahaan terhadap beragam kelompok pemangku kepentingan yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan mendukung hubungan positif dengan mereka.

Sementara hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Latifah & Widiatmoko, 2022; Rivandi, 2020) yang menemukan bahwa kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dikarenakan perusahaan publik terkadang lebih fokus pada pencapaian target keuangan dan keuntungan finansial, terutama untuk memenuhi ekspektasi pemegang saham. Sehingga, praktik CSR mungkin dianggap sebagai beban keuangan dan tidak selalu menjadi prioritas perusahaan.

5) Pengaruh Kepemilikan Keluarga terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 diperoleh hasil bahwa kepemilikan keluarga tidak

berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2016) yang menyatakan bahwa kepemilikan keluarga tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga cenderung lebih berorientasi pada jangka panjang dan kelangsungan bisnis dari generasi ke generasi. Dengan demikian, mereka lebih mungkin untuk memperhatikan dampak jangka panjang dari kebijakan CSR daripada pemegang saham yang lebih berorientasi pada hasil jangka pendek. Selain itu, kepemilikan keluarga seringkali terkait dengan nama dan reputasi keluarga. Oleh karena itu, keluarga tersebut memiliki insentif kuat untuk menjaga reputasi mereka melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab, termasuk melakukan pengungkapan CSR.

Berdasarkan teori agensi, salah satu perhatian utama adalah adanya konflik kepentingan antara pemegang saham (*principal*) dan manajer (*agent*). Namun, dalam perusahaan yang dimiliki oleh keluarga, manajer sering kali adalah anggota keluarga atau keluarga memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam pengambilan keputusan. Hal ini dapat mengurangi tingkat konflik kepentingan, karena keluarga memiliki kepentingan yang lebih serupa dengan pemegang saham dalam menjaga keberlanjutan dan reputasi perusahaan. Kemudian menurut teori legitimasi dan *stakeholder*, keluarga pemilik sering memiliki pengaruh besar terhadap budaya organisasi. Jika budaya organisasi didasarkan pada nilai-nilai tanggung jawab sosial dan keberlanjutan, maka perusahaan tersebut memiliki kecenderungan alamiah untuk mendedikasikan sumber daya dan mengungkapkan informasi tentang praktik CSR. Sehingga sesuai dengan teori legitimasi, dimana perusahaan mencari pandangan untuk mempertahankan citra positif dan dukungan dari pemangku kepentingan.

Selain itu, keluarga pemilik memiliki akar yang kuat dalam komunitas lokal dimana perusahaan beroperasi. Mempertahankan hubungan positif dengan *stakeholder* lokal adalah penting untuk kelangsungan bisnis jangka panjang. Dengan cara ini, kepemilikan keluarga dapat memiliki insentif untuk aktif dalam praktik CSR yang dapat meningkatkan hubungan mereka dengan komunitas. Namun, penting untuk diingat bahwa dampak kepemilikan keluarga terhadap pengungkapan CSR dapat bervariasi tergantung pada nilai, komitmen, dan tujuan keluarga pemilik itu sendiri. Beberapa keluarga mungkin sangat berkomitmen untuk memperkuat pengungkapan CSR, sementara yang lain mungkin kurang peduli. Oleh karena itu, dalam analisis konkret, faktor-faktor seperti nilai, budaya organisasi, dan tujuan keluarga harus dieksplorasi lebih lanjut untuk memahami dampaknya terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Muttakin & Khan (2014) yang menemukan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, yang berarti bahwa perusahaan kurang memperhatikan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan karena pemilik keluarga tidak terdorong untuk berinvestasi dalam kegiatan CSR.

6) Pengaruh Kepemilikan Pemerintah terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 diperoleh hasil bahwa kepemilikan pemerintah berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Trinesia & Husaini (2020) yang menemukan bahwa kepemilikan pemerintah berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pemerintah memiliki kekuatan untuk mengatur dan menerapkan peraturan terkait praktik bisnis dan tanggung jawab sosial. Kepemilikan pemerintah dapat menciptakan insentif bagi perusahaan untuk memenuhi atau bahkan melampaui standar CSR yang ditetapkan oleh pemerintah guna menghindari sanksi atau menjaga hubungan positif. Sebagaimana diatur dalam UU PT No. 40 Tahun 2007 menyatakan

bahwa pengungkapan yang lebih besar merupakan wujud dari akuntabilitas atas pengelolaan perusahaan. Dengan demikian, pemerintah yang merupakan pihak wajib dalam kesejahteraan kehidupan masyarakat seharusnya menjunjung tinggi pertanggungjawaban atas lingkungan guna meningkatkan nilai kepedulian sosial dan lingkungan yang dilakukan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial.

Sehubungan dengan teori agensi, kepemilikan pemerintah berperan sebagai agen yang memegang kepentingan umum, dan ini dapat menciptakan insentif yang kuat untuk perusahaan yang dimiliki pemerintah untuk mengadopsi praktik CSR yang mendukung kepentingan publik. Sebagaimana hasilnya, kepemilikan pemerintah dapat berdampak positif terhadap CSR dengan mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Dalam teori *stakeholder*, pemerintah adalah salah satu pemangku kepentingan kunci yang peduli pada kontribusi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan yang dimiliki oleh pemerintah mungkin merasa lebih bertanggung jawab secara sosial dan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih besar. Di samping itu, pemerintah sering kali dianggap sebagai pemegang kepentingan utama dalam mengawasi dan memastikan bahwa perusahaan mematuhi tanggung jawab sosialnya.

Disisi lain, menurut teori legitimasi perusahaan yang dimiliki oleh pemerintah sering kali membutuhkan legitimasi publik untuk mendukung operasi mereka, terutama ketika mereka memainkan peran penting dalam perekonomian. Dalam konteks ini, pengungkapan CSR menjadi alat untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi di mata publik. Dengan mengungkapkan upaya CSR, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan masyarakat dan membangun citra positif di mata pemangku kepentingan, yang dapat mencakup warga, konsumen, investor, dan regulator. Dengan demikian, dalam kerangka teori-teori tersebut, kepemilikan pemerintah cenderung menciptakan tekanan dan motivasi yang kuat bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih besar.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nugraheni et al. (2022) yang menemukan bahwa kepemilikan pemerintah tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal tersebut dikarenakan kepemilikan pemerintah dapat menyebabkan intervensi politik langsung dalam keputusan perusahaan, dan hal ini tidak selalu didorong oleh kepentingan terbaik dalam hal tanggung jawab sosial. Beberapa keputusan perusahaan dapat diambil untuk tujuan politik daripada keberlanjutan dan CSR.

7) Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 diperoleh hasil bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sissandhy (2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dikarenakan investor asing lebih fokus pada keuntungan finansial jangka pendek daripada isu-isu keberlanjutan jangka panjang. Sebagai hasilnya, mereka kurang mendorong atau memprioritaskan pengungkapan CSR yang lebih luas. Selain itu, perusahaan yang bersaing secara global akan menghadapi tekanan kompetitif yang tinggi. Sehingga perusahaan cenderung mengutamakan aspek-aspek ekonomi daripada praktik CSR.

Berkaitan dengan hal tersebut teori legitimasi menyoroti bagaimana perusahaan mempertahankan legitimasi mereka di mata pemangku kepentingan dan masyarakat. Pemilik asing sering kali lebih fokus pada mencapai keuntungan finansial jangka pendek daripada pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Mereka dapat memiliki ekspektasi agar perusahaan mencapai laba yang tinggi dan memberikan keuntungan bagi pemegang saham mereka. Dalam

hal ini, perusahaan mungkin cenderung mengutamakan keuntungan finansial daripada memprioritaskan praktik CSR.

Pemilik asing sering kali berlokasi di luar negara tempat perusahaan beroperasi. Hal ini bisa menghasilkan pemisahan geografis dan budaya yang signifikan antara pemilik dan operasi perusahaan, karena perbedaan budaya dan perspektif pemilik asing mungkin kurang cenderung memahami atau memprioritaskan isu-isu sosial dan lingkungan yang relevan di lokasi perusahaan. Selain itu, perusahaan yang dimiliki asing dapat menghadapi tekanan dari pemegang saham untuk mencapai keuntungan finansial yang tinggi dan mendapatkan akses modal dengan biaya yang rendah. Hal ini dapat menyebabkan perusahaan mengabaikan atau kurang memprioritaskan inisiatif CSR yang mungkin memerlukan investasi lebih besar atau mengurangi laba jangka pendek.

Kemudian teori agensi menyebutkan bahwa adanya tujuan pemegang saham asing. Pemegang saham asing memiliki tujuan yang berbeda dari pemegang saham lokal, sehingga mereka lebih fokus pada keuntungan finansial jangka pendek daripada isu-isu sosial atau lingkungan. Selain itu, adanya konflik kepentingan antara kepentingan manajemen dan pemegang saham. Dalam hal ini manajemen mungkin lebih cenderung mendukung kebijakan yang mendukung pertumbuhan laba, yang tidak selalu selaras dengan pengungkapan CSR yang lebih luas. Disisi lain, teori *stakeholder* menekankan pentingnya memenuhi harapan dan kebutuhan berbagai pemangku kepentingan termasuk karyawan, konsumen, pemerintah, dan masyarakat. Perusahaan asing mungkin memiliki pemangku kepentingan yang berbeda dari perusahaan lokal. Mereka lebih memperhatikan pemangku kepentingan di negara asal mereka daripada di negara tuan rumah. Hal ini menjadikan kepentingan dan tekanan yang beragam dari berbagai pemangku kepentingan, sehingga dapat membuat perusahaan asing lebih hati-hati dalam mengungkapkan CSR yang sesuai dengan harapan lokal.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Dewi & Suaryana, 2015; Fahad & Nidheesh, 2020) yang menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dalam hal ini perusahaan dengan kepemilikan asing akan cenderung lebih banyak mengungkapkan CSR karena kepedulian yang besar dalam mendanai kegiatan sosial dan lingkungan.

8) Pengaruh *Military Connection* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 diperoleh hasil bahwa *military connection* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Juwono & Mayangsari (2022), Krisnawati et al. (2021) yang menyatakan bahwa *military connection* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. CEO perusahaan dengan keterlibatan militer cenderung memiliki fokus utama pada keamanan dan kerahasiaan. Hal ini dapat menyebabkan mereka enggan mengungkapkan informasi yang dianggap sensitif, termasuk informasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa koneksi militer tidak serta merta memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan sosial masyarakat secara keseluruhan, sehingga tidak sejalan dengan tujuan mendasar CSR.

Teori *stakeholder* mengemukakan bahwa perusahaan memiliki berbagai kelompok pemangku kepentingan yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan dan tindakan perusahaan. Keterlibatan CEO perusahaan dengan militer dalam situasi yang kontroversial atau konflik bersenjata dapat merusak reputasi perusahaan di mata pemangku kepentingan, seperti konsumen, investor, dan masyarakat umum. Hal ini dapat mengurangi dukungan terhadap praktik CSR. Dalam beberapa kasus, kepentingan militer dan kepentingan sosial yang dikejar oleh CSR mungkin bertentangan. Misalnya, perusahaan yang terlibat dalam industri senjata mungkin

dianggap bertentangan dengan upaya CSR yang mengejar perdamaian dan keberlanjutan. Berkaitan dengan hal tersebut, perusahaan diharapkan untuk mempertimbangkan berbagai kepentingan dan nilai yang ada dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, koneksi militer yang tidak sejalan dengan tujuan CSR dapat mengganggu hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan lainnya dan merugikan upaya CSR mereka.

Disisi lain, berdasarkan teori legitimasi, apabila CEO perusahaan terkait dengan militer atau konflik senjata, ini dapat bertentangan dengan norma sosial yang menghargai perdamaian, hak asasi manusia, dan ketertiban global. Dalam hal ini perusahaan mungkin tidak dapat mempertahankan legitimasinya dengan mudah. Selain itu, adanya konflik kepentingan antara ekonomi perusahaan dan kepentingan masyarakat dan lingkungan, dapat menjadikan perusahaan lebih cenderung fokus pada keuntungan daripada tanggung jawab sosialnya. Sementara menurut teori agensi, dengan adanya CEO perusahaan yang memiliki keterlibatan militer mungkin lebih mendasarkan kebijakan operasional pada pertumbuhan laba. Hal ini membuat manajemen lebih cenderung mengabaikan pengungkapan CSR yang lebih luas.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Nasih et al., 2019; Utpala & Adiwibowo, 2021) yang menemukan bahwa *military connection* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, karena koneksi tersebut dapat mendorong tata kelola perusahaan untuk lebih berkomitmen dalam melaksanakan kegiatan CSR. Hal ini disebabkan CEO dengan memiliki latar belakang militer dapat menjadi modal manajemen untuk bertindak secara etis, bermoral, dan berintegritas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia mengalami keberagaman. Hal ini dikarenakan setiap industri dan sektor memiliki tantangan dan isu-isu CSR yang berbeda. Perusahaan akan merespons konteks bisnis mereka dengan cara yang sesuai, seperti pada perusahaan manufaktur yang akan lebih fokus pada aspek lingkungan, sementara perusahaan jasa lebih fokus pada isu-isu karyawan atau konsumen. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, perusahaan di Bursa Efek Indonesia dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* lebih condong pada kategori pendidikan & rehabilitasi serta kategori kegiatan untuk karyawan.

pada penelittian ini tingkat pengungkapan CSR tertinggi terjadi pada perusahaan Indocement Tunggal Prakarsa Tbk, karena memiliki tingkat transparansi yang tinggi sehingga perusahaan tersebut memberikan informasi yang lebih komprehensif terkait CSRnya. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa perusahaan Indocement Tunggal Prakarsa Tbk melakukan sebanyak 25 pengungkapan dari total 60 item pengungkapan dibandingkan dengan perusahaan lain. Hal ini menandakan semakin perusahaan memiliki tingkat transparansi yang tinggi, maka semakin luas juga pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan.

Sedangkan tingkat pengungkapan CSR yang terendah terjadi pada perusahaan Champion Pacific Indonesia Tbk, karena dari total 60 item pengungkapan, perusahaan tersebut tidak melakukan pengungkapan sama sekali. Hal ini disebabkan kurangnya transparansi dan tata kelola yang buruk dalam pengambilan keputusan perusahaan, sehingga mengakibatkan rendahnya tingkat pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Kemudian untuk hubungan antar variabel dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Total aset berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.
2. Total penjualan tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.

3. Jumlah tenaga kerja tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.
4. Kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.
5. Kepemilikan keluarga tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.
6. Kepemilikan pemerintah berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.
7. Kepemilikan asing tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.
8. *Military connection* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang perlu diperbaiki dalam penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tidak semua indikator pengungkapan CSR dalam penelitian ini dapat digunakan bagi seluruh jenis perusahaan, karena setiap perusahaan mempunyai cara pandang tersendiri mengenai dampak dari kegiatan bisnisnya. Akibatnya perusahaan sampel tidak menghasilkan pengungkapan yang besar.
2. Penggunaan indikator pengungkapan CSR yang tidak terkini sehingga dapat mempengaruhi validitas hasil penelitian, mengingat bahwa praktik perusahaan dapat berubah seiring berjalannya waktu.
3. Adanya pengaruh faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan sepenuhnya, seperti perubahan regulasi atau kondisi pasar, sehingga dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Saran

Penelitian mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di masa yang akan datang diharapkan memberikan hasil penelitian yang lebih berkualitas, dengan mempertimbangkan saran di bawah ini:

1. Peneliti lebih lanjut dapat memfokuskan pada pengembangan metode yang lebih baik untuk mengukur dan memahami dampak sosial dan lingkungan dari praktik CSR, yaitu pengembangan indikator yang lebih kuat dan analisis dampak yang lebih mendalam.
2. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan standar terkait pengungkapan CSR yang disesuaikan dengan kondisi terkini.
3. Penelitian selanjutnya dapat melakukan studi kualitatif mendalam, seperti studi kasus untuk menggali lebih dalam praktik CSR di perusahaan tertentu. Sehingga dapat membantu dalam memahami dinamika internal perusahaan dan faktor yang mempengaruhi keputusan CSR.
4. Bagi perusahaan peneliti menyarankan untuk dapat lebih memperhatikan pengungkapan CSR dimasa mendatang serta menerbitkan pengungkapan CSR secara sukarela dan konsisten.

DAFTAR RUJUKAN

- Aruan, D. A., Liandy, C., & Christina, D. (2021). *Pengaruh Kepemilikan Publik , NPM , Pertumbuhan CSR pada Perusahaan Infrastruktur*. 5, 556–565.
- Arya Sunaryo, B., & Mohammad Kholiq Mahfud, H. (2016). *Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage dan Umur Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI TAHUN 2010-2013)*. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Bayoud, N. S., Kavanagh, M., & Slaughter, G. (2012). Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure by Libyan Firms: A Mixed Study. *International Journal of Economics and Finance*, 4(4), 13–29. <https://doi.org/10.5539/ijef.v4n4p13>
- Dewi, N. P. M. S., & Suaryana, I. G. N. A. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(1), 84–98.
- Dewi, S. P., & Keni. (2013). Pengaruh Umur Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 1–29.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Pacific Sociological Association Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. Source: *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Edison, A. (2017). Struktur Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Pengaruhnya Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Bisma*, 11(2), 164. <https://doi.org/10.19184/bisma.v11i2.6311>
- Fallah, M. A., & Mojarrad, F. (2019). Corporate governance effects on corporate social responsibility disclosure: empirical evidence from heavy-pollution industries in Iran. *Social Responsibility Journal*, 15(2), 208–225. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2017-0072>
- Harymawan, I. (2017). Why do firms appoint former military personnel as directors? Evidence of loan interest rate in militarily connected firms in Indonesia. *Asian Review of Accounting*, 26(1), 2–18. <https://doi.org/10.1108/ARA-07-2016-0086>
- Hitipeuw, S. D., & Kuntari, Y. (2020). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas, dan Media terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Management & Accounting Expose*, 3(1), 40–51. <https://doi.org/10.36441/mae.v3i1.135>
- Ilene. (2016). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Regulasi Pemerintah, Metode dan Gaya Komunikasi, Performance Tata Kelola Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*, 6.
- 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. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Juniartha, I. M., & Dewi, R. R. (2019). Pengaruh Proporsi Komisaris Independen, Kinerja Lingkungan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Lingkungan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 4(2), 117–140. <https://doi.org/10.25105/jat.v4i2.4843>
- Juwono, S., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Koneksi Politik, Kepemilikan Keluarga Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 9(1), 1–26. <https://doi.org/10.25105/jat.v9i1.10357>
- Karima, N. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Widya Warta*, 219–230.
- Kartini, P. T., Maiyarni, R., & Tiswiyanti, W. (2019). Pengaruh return on asset (ROA), return on equity (ROE) dan ukuran perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 343–366. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i2.15636>
- Krisnawati, R., Fionasari, D., Rodiah, S., Riau, U. M., Penerimaan, T., Pajak, P., Pajak, P., & Journal, B. (2021). Pengaruh Koneksi Politik , Capital Intensity dan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak. 1(1), 84–92.
- Latifah, F. N., & Widiatmoko, J. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Corporate Social Responsibility dan Dampaknya pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13, 921–937.
- Margaretha. (2003). *Tinjauan Persepsi Manajemen terhadap Struktur Modal Perusahaan GoPublik: Dalam Media Riset Bisnis dan Manajemen*. Universitas Trisakti.

- Margaretha, F. (2011). *Manajemen Keuangan untuk Manajer NonKeuangan* (Edisi Pert). Erlangga.
- Mcguire, J., Dow, S., & Argheyd, K. (2003). *Mcguire2003*. 341–359.
- Milne, M. J., & Hackston, D. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77–108.
- Muttakin, M. B., & Khan, A. (2014). Determinants of corporate social disclosure: Empirical evidence from Bangladesh. *Advances in Accounting*, 30(1), 168–175. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2014.03.005>
- Nasih, M., Harymawan, I., Putra, F. K. ., & Qotrunnada, R. (2019). Military Experienced Board And Corporate Social Responsibility Disclosure: An Empirical Evidence From Indonesia. *Entrepreneurship And Sustainability Issues ISSN*, 7(1), 553–573.
- Nugraheni, P., Indrasari, A., & Hamzah, N. (2022). The Impact of Ownership Structure on CSR Disclosure: Evidence from Indonesia. *Journal of Accounting and Investment*, 23(2). <https://doi.org/10.18196/jai.v23i2.14633>
- Oktariani, W. (2013). Pengaruh Kepemilikan Publik, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 8(2), 100–117.
- Oktariyani, A., & Meutia, I. (2016). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Kualitas Pengungkapan Lingkungan (Studi Empiris Pada Industri Pertambangan yang Terdaftar di BEI). *Akuntabilitas*, 10(2), 103–136. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/ja/article/view/8889>
- Oviliana, R. D., Wijaya, S. Y., & Subur. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Csr. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1187–1198.
- P, F., & K.B, N. (2020). Determinants of CSR disclosure: an evidence from India. *Journal of Indian Business Research*, 13(1), 110–133. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2018-0171>
- Prakasa, S., & Astika, I. B. P. (2017). Pengaruh leverage, profitabilitas, dan kepemilikan manajemen pada corporate social responsibility disclosure perusahaan pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(1), 189–215. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/22487/16871>
- Purnamasari, L., Masyithoh, S., & Universitas, B. (2016). Pengaruh size , profitabilitas , dan leverage terhadap corporate social responsibility (csr) disclosure. *Jurnal Ilmu AKuntansi Mulawarman*, 1(1), 77–90.
- Rahmawati, L. N. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1–14.
- Rifqiyah, R. F., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2016). *Rifqiyah 2016 Skripsi*.
- Rivandi, M. (2020). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan High Profile di BEI. *Akuntabilitas*, 13(2), 205–220. <https://doi.org/10.15408/akt.v13i2.17336>
- Rochayatun, S. (2016). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Corporate Social Responsibility. *J-Aksi : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 101–111. <https://doi.org/10.31949/j-aksi.v1i1.178>
- Sari, A. P. (2016). Pengaruh Kepemilikan Keluarga dan Kepemilikan Asing terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal E-KOMBIS*, 2(1), 1–16.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v1i2.1002>
- Sari, W. N., & Rani, P. (2015). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Return

- On Asset (ROA) dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2013. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 1–20.
- Sembiring, E. R. (2005). SNA VIII Solo, 15 – 16 September 2005. *September*, 15–16.
- Siregar, R. M. M., & Priantinah, D. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Profita*, 40, 1–18.
- Sissandhy, A. K. (2014). Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 3, 1–7.
- Subiantoro, O. H. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(7), 1–11.
- Sunarsih, N. M., & Kumarantini, N. W. (2018). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap corporate social responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8, 80–87.
- Susanto, Y. K., & Joshua, D. (2017). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 2(4), 572–590. <https://doi.org/10.24034/jj25485024.y2018.v2.i4.4036>
- Trinesia, M., & Husaini. (2020). Determinan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 93–104. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.93-104>
- Utpala, C. G., & Adiwibowo, A. S. (2021). Pengaruh Manajemen Laba , Kinerja Keuangan dan Military Connection Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Mining yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 10, 1–14.
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 5(1), 27–36.
- Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 107–117. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6745>
- Widya, W. R., & Sandra, A. (2014). Pengaruh Earning Management Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Akuntabilitas*, 7(1). <https://doi.org/10.15408/akt.v7i1.2642>
- www.idx.co.id
- www.walhi.or.id
- Yanti, N. K. A. G., & Budiasih, I. G. A. N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(3), 1752–1779. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/19936/16379>
- Zulhaimi, H., & Nuraprianti, N. R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 555–566. www.idx.co.id
- Zuraida, Mutia, E., & Andriani, D. (2011). The effect of Firm Size, Profitability, and Board of Commissioners to the disclosure of Manufacturing Companies' Corporate Social Responsibility listed in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Telaah Dan Riset Akuntansi*, 4(2), 187–201.