

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL , UKURAN PERUSAHAAN DAN
MANAJEMEN LABA TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)**

(Studi Kasus Perusahaan manufaktur subsektor Food and Beverage Yang Tercantum Di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)

Teguh Erawati

eradimensiarch@gmail.com

Lia Indah Sari

email: lia.indahs998@gmail.com

FakultasEkonomiUniversitasSarjanawiyataTamansiswa

ABSTRACT

This study aims to examine how the effect of managerial ownership on CSR disclosure, how company size affects CSR, how the influence of earnings management on CSR disclosure.

The study took a sample of manufacturing companies in the food and beverage sub-sector listed on the IDX 2015-2019. The sampling method was nonprobability, and the sampling technique used purposive sampling. The data is obtained in the form of annual report documentation which is regularly published annually by each company. The number of samples obtained were 8 companies listed on the IDX. Company size is measured based on total assets, managerial ownership is measured by total shares owned by management and earnings management is measured by discretionary accruals. The data analysis method used in this study is a classical assumption using a multiple linear regression hypothesis test that is processed using the IBM SPSS 22 software.

The results showed that managerial ownership has a significant and positive effect on CSR disclosure. Company size has no influence on CSR disclosure. Earnings management has no influence on CSR disclosure.

Key words: *managerial ownership, company size, earnings management, Corporate Social Responsibility (CSR).*

I. PENDAHULUAN

Tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan social dinilai mulai dari pencarian bahan baku yang dilakukan perusahaan untuk memproduksi suatu produk hingga ke proses pembuangan limbah. Terkadang, dengan adanya persaingan bisnis membuat tiap perusahaan mengoptimalkan laba tanpa memperhatikan lingkungan sekitar.

Banyaknya kejadian yang menunjukkan masih sangat rendahnya penerapan *Corporate Social Responsibility* dunia bisnis yang ada di Indonesia adalah sesuatu yang memiliki resiko yang sangat besar. Dengan keadaan yang sekarang, dimana semakin besar tuntutan dari kalangan pebisnis agar perusahaan menyatakan praktik CSR secara tertulis, dalam bentuk laporan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Fahmi, 2019).

Dari penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuannya itu untuk mengetahui bagaimana pengungkapan CSR dalam perusahaan *Food and Beverage*. Selain itu, dari penelitian ini juga mempunyai tujuan untuk melihat bagaimana pengaruh langsung dari kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan manajemen laba pengungkapan CSR.

Penelitian ini mengangkat permasalahan dari tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan barang konsumsi. Perusahaan barang konsumsi merupakan salah satu perusahaan yang dihadapkan dengan berbagai tuntutan dalam bisnisnya, khususnya

Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)| Teguh Erawati, Lia Indah Sari

perusahaan berhadapan dengan para pihak-pihak yang berkepentingan. Tuntutan dari pihak-pihak tersebut dapat dipertimbangkan menjadi suatu bentuk tanggung jawab sosial yang harus dilaksanakan oleh perusahaan dalam aktivitas perusahaannya. Tetapi pada kenyataannya perusahaan sering mengabaikan tanggung jawab sosial ini sehingga terjadi beberapa kasus yang menimbulkan konflik dengan lingkungan masyarakat sekitar.

Perusahaan manufaktur sector industri barang konsumsi subsector *Food and Beverage* merupakan salah satu sektor yang memanfaatkan sumber daya alam, menjadi salah satu sektor yang sering disoroti mengenai tanggung jawab sosial perusahaannya. Selain itu perusahaan *Food and Beverage* termasuk industri yang produk akhirnya berhubungan langsung dengan konsumen. Terkait limbah dan proses industri, baik limbah cair maupun udara menjadi masalah lingkungan yang tengah disoroti.

Telah terdapat beberapa kasus terkait permainan CSR yang dilakukan oleh beberapa perusahaan *Food and Beverage*. Sebagai contoh PT. Siantar Top di Bekasi, PT. Siantar Top tidak menerapkan CSR, dimana PT. Siantar Top membuang air limbah pabrik kesungai, begitu juga dengan PT. Sungwon Button Indonesia. Sehingga warga merasa terganggu karena bau yang menyengat dari aliran limbah tersebut. (<https://sknteropong.com>).

CSR diartikan sebagai suatu konsep bagaimana suatu perusahaan berusaha menggabungkan aspek sosial dan aspek lingkungan serta *stakeholders* dalam melaksanakan kegiatan usahanya, (Azheri, 2011).

Kepemilikan manajerial yaitu para pemegang saham dari pihak manajemen seperti dewan direksi dan dewan komisaris yang ikut aktif dalam pengambilan keputusan (Wahidawati, 2002) dalam (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019).

Ukuran perusahaan diartikan sebagai skala dimana dapat membedakan besar kecilnya perusahaan (Ivon Nurmas Ruroh, 2018).

Manajemen laba merupakan suatu tindakan manipulasi laba yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Manipulasi dilakukan agar laba terlihat sebagaimana yang diharapkan perusahaan (Imran Rosman Hamabali, 2016).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian Nur Gandhi Mahesti, Zulaikha (2019), adapun perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah:

1. Tahun pengamatan penelitian terdahulu yaitu tahun 2013-2016 dengan studi kasus pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian ini menggunakan tahun penelitian 2015-2019 dengan studi kasus pada perusahaan manufaktur subsector *Food and Beveragedi* Bursa Efek Indonesia.
2. Pada penelitian terdahulu menguji tentang pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian ini menambah dua variabel independen yaitu kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan.
3. Teori yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu teori legitimasi sedangkan penelitian ini menambahkan 3 (tiga) teori yaitu teori agensi, teori signal dan teori stakeholder.

Dari penelitian ini diharapkan bisa memperkuat pengungkapan CSR yang berpengaruh terhadap reaksi pasar dan hasil penelitian mampu mengkonfirmasi penelitian sebelumnya.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Agency Theory

Teori ini menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemegang saham (*principal*) dengan manajemen (*agen*) (Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa, 2019). *Principal* mempercayakan pertanggung jawaban atas *decision making* kepada *agent*, dapat dikatakan pula bahwa *principal* memberikan amanah kepada *agent* untuk melaksanakan tugasnya sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati, (Sunarsih, 2017). Teori agensi bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam pengambilan keputusan oleh *principal* maupun *agen*. Tujuan yang kedua adalah untuk mengevaluasi hasil dari

keputusan yang diambil untuk mempermudah pengalokasian hasil kontrak kerja antara principal dengan agen.

Stakeholder Theory

Teori Stakeholder menyatakan perusahaan bukanlah suatu entitas yang beroperasi untuk kepentingan perusahaan sendiri, tetapi perusahaan harus memberikan manfaat kepada para stakeholder-nya (kreditor, pemegang saham, pemerintah, konsumen, masyarakat, supplier, analis, dan pihak lainnya). Yang menjadi pertimbangan dalam pengungkapan suatu informasi laporan perusahaan yaitu kelompok stakeholder tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Teori stakeholder memiliki tujuan utama yaitu membantu manajer perusahaan untuk meningkatkan nilai dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan meminimalkan kerugian untuk stakeholder. Teori stakeholder memiliki konsep dimana kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh stakeholder-nya. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terletak pada pemaksimalan laba dan kepentingan pemegang saham, namun juga harus memperhatikan pemasok, masyarakat, dan pelanggan sebagai bagian dari operasi perusahaan.

Legitimasi Theory

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang sering dikaitkan dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Perusahaan yang menggunakan sumber daya alam dalam memproduksi usahanya harus memperhatikan lingkungan perusahaan seperti memperhatikan norma-norma yang ada di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan tersebut sehingga akan menimbulkan keselarasan dengan nilai-nilai sosial yang ada. Konsekuensi perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba akan menurunkan reputasi dari perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan perlu meningkatkan reputasi dengan mencari legitimasi dari pihak luar. Suatu perusahaan yang ingin memperoleh legitimasi dari masyarakat maka perusahaan harus melakukan aktivitas pertanggungjawaban sosial.

Signaling Theory

Teori signal memberikan informasi asimetri antara pemilik informasi (perusahaan) dengan pemakai informasi (*stakeholder*). Informasi yang diberikan perusahaan merupakan hal penting, karena berpengaruh terhadap keputusan calon investor. pengungkapan sukarela yang lebih besar mengurangi masalah informasi antara perusahaan dan investor, sehingga ini dapat membantu untuk membuat peluang investasi yang lebih baik. Teori signal merupakan dorongan bagi perusahaan untuk memberikan informasi yang positif untuk menyampaikan kegiatan dan kebijakan perusahaan yang memiliki nilai tambah bagi perusahaan, (Widiastuti et al., 2018).

Pengungkapan CSR

CSR diartikan sebagai suatu konsep bagaimana suatu perusahaan berusaha menggabungkan aspek sosial dan aspek lingkungan serta stakeholders dalam melaksanakan kegiatan usahanya, (Azheri, 2011). CSR memiliki keuntungan bagi perusahaan diantaranya: CSR dapat membantu menghindari peraturan pemerintah yang berlebihan, Inisiatif CSR dapat meningkatkan legitimasi sosial perusahaan, CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan, Inisiatif CSR akan menarik bagi beberapa investor dan CSR dapat meningkatkan identitas dan budaya perusahaan mereka melalui penguatan nilai dan orientasi lainnya.

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial yaitu para pemegang saham dari pihak manajemen seperti dewan direksi dan dewan komisaris yang ikut aktif dalam pengambilan keputusan. Kepemilikan saham manajerial mendorong manajer untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan karena mereka ikut merasakan langsung manfaat dan juga kerugian dari konsekuensi dari pengambilan keputusan. (Wahidawati, 2002) dalam (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019).

Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)| Teguh Erawati, Lia Indah Sari

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diartikan sebagai skala dimana dapat membedakan besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat entitas bisnis yang tinggi akan menarik para caloninvestor untuk menginvestasikan saham pada perusahaan dan jika saham pada perusahaan semakintinggimaka akan membuat pengungkapan CSR semakinmeningkat, karena pendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi. (Ivon Nurmas Ruroh, 2018).

ManajemenLaba

Manajemen laba merupakan kegiatan manipulasi laba yang dilakukan pihak manajemen untuk mencapai tujuan tertentu, (Imran Rosman Hamabali, 2016). Dengan memanfaatkan kekuasaannya sebagai manajer dalam pelaporan keuangan, tingkat pendapatan seolah-olah dibuat tinggi dan setiap kerugian yang dialami disembunyikan agar tidak diketahui para investor. Manajemen laba tidak hanya berdampak pada pemilik perusahaan, melainkan juga bagi para *stakeholders*. Sebagai konsekuensinya, *shareholders* dapatmemberikankeputusaninvestasiyangtidak menguntungkan (Prasojo, 2017).

Pengembangan Hipotesis

Hubungan antara KepemilikanManajerial terhadap Pengungkapan CSR

Kepemilikan manajerial yaitu para pemegang saham dari pihak manajemen seperti dewan direksi dan dewan komisaris yang ikut aktif dalam pengambilan keputusan (Wahidawati, 2002) dalam (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019).Kepemilikan saham oleh beberapa investor merupakan mekanisme yang dipakai dalam mengawasi manajemen perusahaan. Sesuai dengan teori agensi, kepemilikan saham oleh beberapa investor, mereka cenderung akan melakukan pengawasan terhadap manajer karena presentase kepemilikan saham yang tinggi maka mengandung resiko tinggi juga. Sehingga keputusan-keputusan yang dibuat oleh manajer akan lebih berfokus pada kepentingan-kepentingan pemegang saham. Pemegang saham akan mengintervensi manajer dalam mengelola laba perusahaan agar berjalan sesuai keinginan.maka dari itu kegiatan manajemen laba yang dilakukan manajemen dalam perusahaan tidak lepas dari kepentingan saham.Semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan, maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

Hal ini terbukti dengan adanya hasilpenelitian yangtelah dilakukan (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019) yang menyatakan bahwa Kepemilikan manajerial yang dinilai dengan presentase kepemilikan saham oleh pihak manajer memiliki pengaruh yang signifikan.

Sehingga dapat disimpulkan hipotesis dari penelitin ini yaitu:

H1: Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh yang positifterhadap pengungkapan CSR.

Hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan diartikan sebagai skala dimana dapat membedakan besar kecilnya perusahaan (Ivon Nurmas Ruroh, 2018).Sesuai dengan teori stakeholder, perusahaan yang besar akan memiliki kepemilikan saham lebih banyak, maka dengan jumlah pemilik saham yang banyak memerlukan informasi keuangan yang lebih besar. Sehingga dengan hal ini perusahaan harus mengungkapkan informasi keuangan yang lebih luas dan lebih lengkap untuk menarik stakeholder. Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan.Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin dikenal masyarakat yang artinya semakin mudah mendapatkan informasi tentang perusahaan, karena perusahaan besar akan lebih mendapat pengawasan masyarakat sekitar dibanding dengan perusahaan yang kecil sehingga akan mengungkap informasi yang lebih banyak. Perusahaan yang besar akan mendapat perhatian yang lebih dari masyarakat. Maka biasanya perusahaanyang besar memiliki keinginan yang kuatuntuk selalu menjaga

kondisi perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat entitas bisnis yang tinggi akan menarik para calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dan jika saham perusahaan semakin tinggi akan membuat pengungkapan CSR semakin meningkat, karena yang mendorong pengungkapan CSR paling besar terletak pada kepemilikan saham perusahaan yang tinggi.

Hal ini terbukti dengan adanya penelitian yang dilakukan (Helmi Nur Anisah, 2018); (Widiastuti et al., 2018); (Ivon Nurmas Ruroh, 2018); (Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa, 2019); (Erawati et al., 2018); (Vivian et al., 2020) yang menyatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Maka dari penelitian ini disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H2: Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hubungan antara Manajemen Laba terhadap Pengungkapan CSR

Manajemen laba merupakan kegiatan manipulasi laba yang dilakukan pihak manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Manipulasi dilakukan agar laba terlihat sebagaimana yang diharapkan perusahaan, (Imran Rosman Hamabali, 2016). Manajemen laba bertujuan sebagai suatu langkah yang digunakan untuk melindungi perusahaan dari kejadian yang tak terduga ketika kontrak begitu kaku dan tidak sempurna. Dari teori legitimasi dapat dilakukan perusahaan yang melakukan CSR. Perusahaan tersebut menjadi bagian dari komunitas dan lingkungan itu sendiri. Aktivitas dari perusahaan tersebut memiliki dampak yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat sekitar, sehingga apa yang dilakukan oleh perusahaan tersebut akan kembali lagi ke masyarakat. Manajemen laba merupakan cara yang digunakan untuk menyatukan stakeholder. Manajemen laba adalah kegiatan manipulasi yang aman dilakukan karena merupakan hal yang tidak melanggar prinsip akuntansi. Semakin besar CSR dan kualitas laba yang baik akan membuat para investor tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan. Dengan mewujudkan kesan perusahaan yang baik terhadap lingkungan sosial maka kecurigaan dari *stakeholder* dapat dikurangi. Sehingga semakin tinggi manajemen laba dilakukan maka CSR yang dilakukan perusahaan juga harus semakin besar. Secara teoritis manajemen laba dan *corporate social responsibility (CSR)* berhubungan dalam dua perspektif. Perspektif pertama memandang bahwa dengan komitmen CSR yang kuat akan lebih mudah untuk bertanggung jawab akan laporan keuangan yang dilaporkannya, sehingga perusahaan tersebut berkemungkinan kecil melakukan manajemen laba. Manajemen laba dipahami sebagai tindakan yang negatif dalam perspektif CSR, sehingga perusahaan yang telah menerapkan CSR akan menyajikan usaha etis di publik. Perspektif kedua menyatakan bahwa manajer yang melakukan manajemen laba bisa saja menggunakan informasi CSR untuk menyamarkan kesempatan mereka sebagai bagian dari strategi. Manajer yang melakukan kegiatan manajemen laba akan semakin aktif dalam meningkatkan penilaian dan menarik dorongan dari *stakeholder* dan publik melalui program CSR. CSR dapat dimanfaatkan oleh manajer untuk menutupi kesempatan manajemen dalam melakukan manajemen laba.

Hal ini terbukti dengan adanya penelitian yang dilakukan (Mahesti, 2019); (Mustika et al., 2015); (Imran Rosman Hamabali, 2016) yang menyatakan bahwa manajemen laba memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dari penjabaran di atas maka disimpulkan hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut :

H3: manajemen laba memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Data yang digunakan berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur subsector *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik purposive sampling. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini sebanyak 26 perusahaan. Tetapi

Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)| Teguh Erawati, Lia Indah Sari

yang memenuhi kriteria penelitian hanya ada 8 perusahaan selama 5 (lima) tahun periode 2015-2019. Sehingga jumlah data observasi sebanyak 40 data.

**Tabel 4.1.1
Penentuan Jumlah Sampel**

No.	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.	26
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan pada tahun 2015-2019.	(13)
3	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data	(2)
4	Perusahaan yang mengalami kerugian pada rentang periode penelitian	(3)
5	Perusahaan yang terpilih menjadi sampel.	8
6	Jumlah tahun penelitian	5
Jumlah sampel penelitian		40

Sumber : data diolah 2020

Definisi Operasional

Pengungkapan CSR

CSR diartikan sebagai suatu konsep bagaimana suatu perusahaan berusaha menggabungkan aspek sosial dan aspek lingkungan serta stakeholders dalam melaksanakan kegiatan usahanya, (Azheri, 2011). CSR inilah yang akan mengkomunikasikan perkembangan aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR dilakukan dengan cara menghitung item indeks CSDI (*Corporate Social Disclosure Index*) yang tercantum pada *annual report*. GRI (Global Reporting Initiative) mengeluarkan pedoman indicator pengungkapan CSR versi 4. Pengungkapan CSR dihitung berdasarkan jumlah item index yang tercantum pada annual report. Dalam pedoman GRI versi 4 terdapat 91 item dengan 6 indikator. Berikut adalah indicator pengungkapan CSR menurut GRI versi 4 yaitu:

- a. Kinerja Ekonomi
- b. Kinerja Lingkungan
- c. Kinerja Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja
- d. Kinerja Hak Asasi Manusia
- e. Kinerja Masyarakat
- f. Kinerja Tanggung Jawab atas Produk

Setiap item pengungkapan diberi skor sesuai dengan ukuranvariabel dummy yaitu dengan kode 0 dan 1. Apabila item atau informasi tidak diungkapkan maka diberi nilai 0. Sedangkan jika perusahaan mengungkapkan item sesuai dengan GRI versi 4 maka diberi nilai 1. CSDI dihitung dengan cara membagi jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah item pengungkapan keseluruhan. Rumus pengukuran dari pengungkapan CSR :

$$CSR_{Di} = \frac{\sum Xi}{n}$$

Ket:

CSR_{Di} : Pengungkapan CSR di perusahaan i.

X_i : Jumlah skor dari indeks pengungkapan yang bernilai 1 pada perusahaan i.

n : Jumlah item indeks pengungkapan CSR, n ≤ 91.

KepemilikanManajerial

Kepemilikan manajerial yaitu para pemegang saham dari pihak manajemen seperti dewan komisaris dan direksi yang ikut aktif dalam pengambilan keputusan (Wahidawati, 2002) dalam (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019).

Berikut rumus perhitungan kepemilikan manajerial:

$$\text{Kepemilikan manajerial} = \frac{(\text{total saham dimiliki manajemen}) \times 100\%}{\text{Total saham yang dimiliki perusahaan}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran dimana perusahaan dapat dikelompokkan sesuai besar kecilnya perusahaan (Ivon Nurmas Ruroh, 2018).

$$\text{Size : } \log N (\text{ Total Aset Perusahaan })$$

Manajemen Laba

Manajemen laba adalah kegiatan manipulasi laba yang dilakukan pihak manajemen untuk mencapai tujuan tertentu (Imran Rosman Hamabali, 2016). Manipulasi dilakukan agar laba nampak sebagaimana yang diharapkan. Manajemen laba pada penelitian ini menggunakan proksi *discretionary accrual*. Penelitian ini menggunakan modifikasi Model Jones (1991), untuk mencari *discretionary accrual*. Berikut ini adalah cara perhitungan *discretionary accrual* model Jones:

- a. Menghitung Total Akrua

$$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

Ket:

TAC_{it} : Total accrual pada perusahaan i periode ke t (sekarang).

NI_{it} : Laba bersih perusahaan i periode ke t (sekarang).

CFO_{it} : Aliran kas dari aktivitas operasi pada perusahaan i periode ke t (sekarang).

- b. Menentukan koefisien dari regresi akrual.

$$TAC_{it}/A_{it-1} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_{it} / A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1})$$

Ket:

TAC_{it} : Total accrual pada perusahaan i periode ke t (sekarang).

A_{it-1} : Total asset pada perusahaan i tahun t-1 (sebelumnya).

ΔREV_{it} : Perubahan pendapatan pada perusahaan i pada tahun t.

PPE_{it} : total aktiva tetap pada perusahaan i tahun t (sekarang).

- c. Menentukan *nondiscretionary accrual*.

$$NDA_{it} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV_{it}/A_{it-1}) - (\Delta REC_{it}/A_{it-1})) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1})$$

Ket:

NDA_{it} : Non-discretionary accrual perusahaan i pada tahun t (sekarang).

ΔREC_{it} : Perubahan piutang pada perusahaan i tahun t.

- d. Menentukan *discretionary accrual*.

$$DA_{it} = (TAC_{it}/A_{it-1}) - NDA_{it}$$

Ket:

DA_{it} : Discretionary accrual pada perusahaan i tahun ke-t (sekarang).

Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)| Teguh Erawati, Lia Indah Sari

METODE ANALISIS DATA

Teknik analisis menggunakan statistic deskriptif, dan diolah menggunakan software IBM SPSS 20. Uji kualitas data dalam penelitian ini yaitu melalui uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi. Sedangkan untuk Uji Hipotesis yang digunakan adalah Uji Signifikansi Parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F) , dan Uji Koefisien Determinasi (R²).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Table 4.2.2.1
Hasil Uji Normalitas

a. **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	69.05396291
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.056
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22, 2020.

Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditunjukkan oleh tabel 4.2.2.1 dapat diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan data residual dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Table 4.2.2.2
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant)	165.767	252.624		.656	.516		
kepemilikan manajerial	1.192	.464	.393	2.570	.014	.929	1.077
ukuran perusahaan	.152	.084	.277	1.809	.079	.927	1.079
manajemen laba	-.133	.104	-.188	-1.274	.211	.997	1.003

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22, 2020.

Berdasarkan hasil pada table 4.2.2.2 dapat dilihat nilai *tolerance* dari variabel independen kepemilikan manajerial senilai 0,929, ukuran perusahaan senilai 0,927, dan manajemen laba senilai 0,997. Sedangkan nilai VIF dari variabel Independen kepemilikan manajerial senilai 1,077, ukuran perusahaan senilai 01,079, dan manajemen laba senilai 1,003. Dari hasil diatas dapat diketahui semua variabel independen menghasilkan nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0,1 atau 10%. Artinya tidak ada korelasi yang terlalu tinggi diantara variabel independen, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinieritas antara variabel dalam regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Table 4.2.2.3
Hasil Uji Heterikedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	258.104	151.241		1.707	.097
kepemilikan manajerial	-.284	.278	-.172	-1.024	.313
ukuran perusahaan	-.066	.050	-.219	-1.307	.199
manajemen laba	.019	.062	.050	.312	.757

a. Dependent Variable: absRES

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22, 2020.

Berdasarkan tabel 4.2.2.3 diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari α (0.05). maka berdasarkan uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi.

Table 4.2.2.4
Hasil Uji Run Test

Runs Test	
	absRES
Test Value ^a	49.36
Cases < Test Value	20
Cases >= Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	16
Z	-1.442
Asymp. Sig. (2-tailed)	.149

a. Median

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22, 2020.

Berdasarkan table 4.2.2.4 nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* senilai 0,149 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi pada persamaan regresi.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)| Teguh Erawati, Lia Indah Sari

Pengujian Hipotesis

a. Uji F (uji Stimultan)

Table 4.2.3.1
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	51420.358	3	17140.119	3.318	.031 ^b
Residual	185969.542	36	5165.821		
Total	237389.900	39			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22, 2020.

Berdasarkan hasil uji F pada table 4.2.3.1 besarnya nilai signifikansi masing-masing model sebesar $0,031 < \alpha (0,05)$. Selain itu dapat dilihat dari F hitung pada table hasil output SPSS yang menunjukkan nilai sebesar 3,318. Hasil dari pengolahan F tabel sebesar 2,86 , hal ini menunjukkan bahwa nilai F tabel lebih besar daripada F hitung. Artinya secara bersama-sama variabel independen yaitu kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan dan manajemen laba memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan CSR.

b. Uji Parsial (Uji T)

Table 4.2.3.2
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	165.767	252.624		.656	.516
	kepemilikan manajerial	1.192	.464	.393	2.570	.014
	ukuran perusahaan	.152	.084	.277	1.809	.079
	manajemen laba	-.133	.104	-.188	-1.274	.211

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22, 2020.

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.2.3.2 diatas dapat diketahui:

- 1) Hasil Pengujian Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan CSR
Pada hipotesis yang pertama (H1) yang menyatakan Kepemilikan Manajerial memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR terbukti. Hasil yang ditunjukkan pada table uji T besarnya signifikansi (sig.) sebesar 0,014 dimana nilai signifikansi kurang dari level signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Selain itu dapat dilihat dari T hitung pada table hasil output SPSS yang menunjukkan nilai sebesar 2,570. Hasil dari pengolahan T tabel sebesar 2,02809 , hal ini menunjukkan bahwa nilai T tabel lebih besar daripada T hitung. Berdasarkan hasil pada table tersebut dapat diartikan bahwa Ho tidak terdukung dan Ha terdukung.
- 2) Hasil Pengujian Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR
Pada hipotesis yang kedua (H2) yang menyatakan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR tidak terbukti. Hasil yang ditunjukkan pada table uji T besarnya signifikansi (sig.) sebesar 0,079 dimana signifikansi kurang dari level signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Selain itu dapat dilihat dari T hitung pada table hasil output SPSS yang menunjukkan nilai

sebesar 1,809. Hasil dari pengolahan T tabel sebesar 2,02809, hal ini menunjukkan bahwa nilai T tabel lebih kecil daripada T hitung. Berdasarkan hasil pada table tersebut dapat diartikan bahwa Ho terdukung dan Ha tidak terdukung.

- 3) Hasil Pengujian Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan CSR
 Pada hipotesis yang ketiga (H3) yang menyatakan Manajemen Laba memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR tidak terbukti. Hasil yang ditunjukkan pada table uji T besarnya signifikansi (sig.) sebesar 0,211 dimana nilai signifikansi lebih besar dari level signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Selain itu dapat dilihat dari T hitung pada table hasil output SPSS yang menunjukkan nilai sebesar -1,274. Hasil dari pengolahan T tabel sebesar 2,02809, hal ini menunjukkan bahwa nilai T tabel lebih kecil daripada T hitung. Berdasarkan hasil pada table tersebut dapat diartikan bahwa Ho terdukung dan Ha tidak terdukung.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Table 4.2.3.3
 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465 ^a	.217	.151	71.873643

a. Predictors: (Constant), manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan

Sumber: Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22, 2020.

Berdasarkan hasil uji koefisiensi determinasi pada table 4.2.3.3 diketahui nilai adjusted R square pada persamaan sebesar 0,151 atau 15,1%. Artinya 15,1% variasi dari variabel dependen, yaitu CSR (Y) dapat dijelaskan variasi dari variabel independen yaitu kepemilikan manajerial (X1), ukuran perusahaan (X2) dan manajemen laba (X3), sedangkan sisanya 84,9% persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan CSR

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Nilai T hitung kepemilikan manajerial sebesar 2,570 dengan tingkat signifikan 0,014. Angka tersebut lebih besar dari T table sebesar 2,02809. Sehingga Ho tidak terdukung dan Ha terdukung. Artinya hipotesis 1 terdukung. Artinya semakin banyak saham yang dimiliki manajemen maka semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Dalam penelitian ini dapat mendukung teori agensi yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemegang saham dengan manajemen. Hasil penelitian ini terdukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, (2019). Dalam penelitian yang dilakukan (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019) menyatakan bahwa Kepemilikan manajerial yang dinilai dengan presentase kepemilikan saham oleh pihak manajer memiliki pengaruh yang signifikan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Helmi Nur Anisah, 2018) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

semakin besar kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan maka akan berkurangnya kecenderungan manajemen untuk menggunakan sumber daya dan mengurangi biaya agensi sebagai akibat dari adanya perbedaan kepentingan, sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)| Teguh Erawati, Lia Indah Sari

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Nilai T hitung ukuran perusahaan sebesar 1,809 dengan tingkat signifikan 0,079. Angka tersebut lebih kecil dari T table sebesar 2,02809. Sehingga H_0 terdukung dan H_a tidak terdukung. Artinya hipotesis 2 tidak terdukung. Artinya pengungkapan CSR tidak dapat diukur berdasarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Dalam penelitian ini tidak dapat mendukung teori stakeholder yang menyatakan perusahaan yang besar akan memiliki kepemilikan saham lebih banyak, maka dengan jumlah pemilik saham yang banyak memerlukan informasi keuangan yang lebih besar. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Besarnya ukuran perusahaan tidak mendukung luasnya pengungkapan CSR. Hanya menilai ukuran perusahaan dengan menggunakan total asetnya saja sehingga kurang dapat menggambarkan ukuran perusahaan yang sebenarnya.

Dengan demikian diharapkan dengan ukuran perusahaan yang semakin besar, maka perusahaan semakin memperhatikan keadaan lingkungan social. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Helmi Nur Anisah, 2018); (Widiastuti et al., 2018); (Ivon Nurmas Ruroh, 2018); (Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa, 2019); (Erawati et al., 2018); (Vivian et al., 2020) yang menyatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan CSR

Manajemen laba yang dalam penelitian ini menggunakan proksi *discretionary accrual* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai T hitung ukuran perusahaan sebesar -1,274 dengan tingkat signifikan 0,211. Angka tersebut lebih kecil dari T table sebesar 2,02809. Sehingga H_0 terdukung dan H_a tidak terdukung. Artinya hipotesis 3 tidak terdukung. Artinya luas pengungkapan CSR yang maksimal tidak bisa diukur dengan tingginya praktik manajemen laba dilakukan oleh perusahaan. Dalam penelitian ini tidak dapat mendukung teori legitimasi yang menyatakan semakin tinggi manajemen laba dilakukan maka CSR yang dilakukan perusahaan juga harus semakin besar. Selain itu, manajemen laba adalah suatu hal yang dilarang. Dengan hal tersebut, diduga perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI sudah terbebas dari tindakan manajemen laba. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sunarsih, 2017) menyimpulkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh positif terhadap CSR. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Mahesti, 2019); (Mustika et al., 2015); (Imran Rosman Hamabali, 2016) yang menyatakan bahwa manajemen laba memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan dan manajemen laba terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur subsector *Food and Beverage* yang tercantum pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *Food and Beverage* yang tercantum pada Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019) menyatakan bahwa Kepemilikan manajerial yang dinilai dengan presentase kepemilikan saham oleh pihak manajer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Artinya bahwa semakin banyak saham yang dimiliki manajemen maka semakin luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Variabel Ukuran Perusahaan yang diukur dengan menggunakan Total Asset tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *Food and Beverage* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Artinya besar kecilnya suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Variabel manajemen laba yang diukur dengan *discretionary accrual* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan *Food and Beverage* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sunarsih, 2017) menyimpulkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh positif terhadap CSR. Artinya semakin tinggi praktik manajemen laba dilakukan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan dan kelemahan yang dihadapi peneliti, antara lain:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada sampel perusahaan manufaktur sub sector *Food and Beverage* dan banyak perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak menerbitkan *annual reportnya* secara lengkap dari tahun 2015-2019.
2. Penelitian ini belum menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian diatas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Bagi Perusahaan
Perusahaan *Food and Beverage* hendaknya dapat meningkatkan kinerja *corporate social responsibility* dengan menerapkan berbagai kegiatan yang sesuai dengan yang digariskan dalam pedoman GRI G4 secara menyeluruh dan maksimal, dalam hal ini juga termasuk dalam hal pelaporan secara berkala sehingga dapat digunakan oleh *stakeholder* untuk mengukur sejauh mana pelaksanaan CSR oleh perusahaan.
2. Bagi pemerintah
Pemerintah diharapkan dapat membuat standar besaran biaya CSR yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Kemudian perlu pula membuat peraturan yang jelas tentang bagaimana perusahaan yang mengalami kerugian dalam mengeluarkan biaya CSR nya. Hal ini disebabkan besaran biaya CSR dikeluarkan berdasarkan laba yang dihasilkan oleh perusahaan.
3. Bagi pihak lain
Bagi para investor dan calon investor perusahaan, agar menjadikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai pertimbangan di dalam berinvestasi.
4. Bagi penelitian selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas sampel tidak hanya menggunakan sampel perusahaan sub sektor *Food and Beverage* tetapi dapat mencakup seluruh perusahaan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menggabungkan lebih banyak negara yang diteliti.

REFERENSI

- Adiputri Singal, P., & Wijana Asmara Putra, I. N. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Asing Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, Vol.298(No. 1), 468–484. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i01.p30>
- Azheri, B. (2011). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta :

Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)| Teguh Erawati, Lia Indah Sari

Rajawali Pers.

- Erawati, T., Ayem, S., & Ayudiyati, P. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi*, 3(1), 136–159.
- Fahmi, M. (2019). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, Vol. 19(1), 26–39.
- Ghozali dan Chariri. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Helmi Nur Anisah. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Likuiditas , Profil Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility(CSR). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Imran Rosman Hamabali, S. P. H. (2016). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi*.
- Ivon Nurmas Ruroh, S. W. L. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage,Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Akademi Akuntansi*, 1(No 1), 42–53.
- Mahesti, N. G. (2019). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 8(No. 1), 1–12.
- Martha Yurdila J, H. Mukhzarudfa, W. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr)*. 11–25.
- Mustika, G., Sari, R. N., & Azhar L, A. (2015). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Variabel Anteseden Dan Variabel Moderasi. *Akuntabilitas*, Volume 8(No. 3), 238–253. <https://doi.org/10.15408/akt.v8i3.2775>
- Prasojo, F. B. (2017). pengaruh manajemen laba terhadap corporate social responsibility (csr) berbasis website. *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Sunarsih, S. (2017). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, Vol. 17(No. 1), 33–48. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i1.1376>
- Vivian, Wijaya, Y., Charlie, F., Winnie, Devi, Ufrida, N., & Rahmi. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 257–274.
- 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>
- 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. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17729>