

perusahaan dalam sector telekomunikasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019.

Perusahaan perseroan terbatas diwajibkan melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang diatur dalam Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Selain dalam diatur dalam undang-undang, perusahaan dan organisasi diharapkan dapat menerapkan tanggung jawab dalam rangka hasil timbal balik kepada lingkungan sekitar. Perusahaan secara tidak langsung sudah menggunakan bahan baku yang didapat dari alam atau lingkungan.

Oleh karena itu dalam rangka memberikan timbal balik kepada lingkungan perusahaan diwajibkan menerapkan CSR. Termasuk kepada perusahaan di bidang telekomunikasi yang diwajibkan oleh pemerintah menerapkan CSR. Hal ini diatur dalam Undang – Undang nomor 4 tahun 2009 pasal 108 ayat (1). Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis memilih perusahaan perseroan terbatas telekomunikasi. Hal ini karena perusahaan telekomunikasi di Indonesia diwajibkan melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Good Corporate Governance (GCG)

Penerapan GCG diperlukan dalam mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan dan konsisten terhadap peraturan perundang-undangan. Pedoman GCG yang berisikan ketiga pilar yaitu pertama adalah negara sebagai penegak hukum peraturan. Kedua, dunia usaha sebagai pelakunya harus menaati dan menerapkan GCG sebagai pedoman dasar. Terakhir adalah masyarakat diminta untuk menunjukkan kepedulian dan kontrol sosial atas dampak dari keberadaan perusahaan (Komite Nasional Kebijakan Governance, 2006, p. 3).

Tujuan dari tata kelola perusahaan yaitu membangun lingkungan yang transparan, akuntabilitas, serta dapat dipercaya. Setiap prinsip diatas diperlukan dalam mencapai investasi jangka panjang, stabilitas keuangan, dan peningkatan reputasi perusahaan. Prinsip diatas dapat mengidentifikasi tata kelola perusahaan yang baik dan membantu implementasi GCG tingkat nasional (International Finance Corporation, 2018, pp. 35- 36).

Teori Keagenan (Agency Theory)

Tata kelola perusahaan didasarkan kepada teori keagenan, dimana pengawasan dan pengendalian perusahaan dibantu. Manajemen perusahaan dipandang tidak dapat dipercaya dalam melakukan kinerja secara baik bagi kepentingan

pemegang saham dan shareholders. Pengelolaan perusahaan sendiri harus diawasi dan dikendalikan dalam memastikan kinerja para agen atau manajemen mematuhi peraturan yang ada.

Manajemen menginginkan pengungkapan tanggung jawab sosial yang kecil agar mendapatkan laba yang lebih besar agar menyenangkan shareholder. Tetapi di samping itu dari pemerintah mewajibkan penerapan tanggung jawab sosial oleh setiap perusahaan perseroan terbatas. Hal ini menyebabkan konflik terjadi karena manajemen dinilai tidak bisa menjalankan tugasnya dengan benar. Dari sini timbullah agency cost dikarenakan konflik antara manajemen dan shareholder (Daniri, 2014, hal. 5-6).

Dapat disimpulkan agency cost ini timbul dikarenakan adanya manajemen yang dipandang tidak dapat dipercaya sepenuhnya. Dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya memang sudah ada yang mengawasinya yaitu dewan direksi. Tetapi tidak cukup hanya dewan direksi yang mengawasi kinerja manajemen. Stakeholder merasa perlu adanya pembentukan divisi yang mengawasi dan mengendalikan dalam memastikan pematuhan peraturan yang ada oleh manajemen. Sehingga perusahaan membuat divisi atau organisasi agency yang bertugas mengurangi biaya lainnya yang timbul dikarenakan ketidakpatuhan manajer.

Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Tata kelola perusahaan di teori legitimasi adalah langkah perusahaan membuat suatu tindakan yang nantinya diperkirakan dapat diterima oleh lingkungan masyarakat. Tindakan yang dibuat itu nantinya akan berdampak kepada kegiatan operasional perusahaan serta lingkungan masyarakat. Teori legitimasi dimana perusahaan yang harus berusaha mendapatkan pengakuan publik terkait kinerja yang dilakukan sesuai dengan keinginan publik. Besaran sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan akan mempengaruhi tingkat pengakuan legitimasi oleh seluruh pemangku kepentingan.

Dengan menerapkan pengungkapan tanggung jawab sosial akan didapat legitimasi, serta mengungkapkan lebih banyak dampak sosial lingkungan atas aktivitas laba perusahaan (Krisna & Suhardianto, 2016, p. 120). Dapat disimpulkan dengan melakukan pengungkapan dapat mempengaruhi kegiatan operasional perusahaan serta lingkungannya. Dengan melakukan pengungkapan dapat mempengaruhi tingkatan legitimasi suatu perusahaan. Tingkatan legitimasi ini akan mempengaruhi juga tingkat penerimaan masyarakat atau lingkungan terhadap perusahaan.

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Konsep stakeholder theory dalam tata kelola perusahaan sering dikaitkan kepada koordinasi dengan seluruh pihak terlibat dalam perusahaan dalam rangka membangun keberlanjutan perusahaan. Manajemen diharapkan agar melakukan keseimbangan kepentingan antara pemegang saham serta stakeholder. Hal ini diharapkan agar tidak mengganggu kinerja perusahaan dan benturan kepentingan lainnya. Dengan membuat sistem yang efektif dalam memudahkan akses mendapatkan informasi dapat membantu menghindari benturan.

Stakeholder juga dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan, tidak hanya shareholder saja. Stakeholder menginginkan sustainability perusahaan dengan menciptakan keseimbangan kepentingan bagi seluruh pemangku kepentingan (Daniri, 2014, hal. 57-60). Dapat disimpulkan pada teori ini stakeholder menginginkan sistem yang dapat membantu kinerja manajemen lebih baik lagi. Dengan adanya koordinasi di antara para manajemennya.

Diharapkan dapat menjadikan kinerja perusahaan yang sustainability. Selanjutnya diharapkan juga agar minim terjadinya benturan atau permasalahan terjadi di dalam perusahaan oleh pihak manajemen.

Teori Karakteristik Perusahaan

Menurut Krisna & Suhardianto (2016), karakteristik perusahaan terbagi kedalam beberapa dimensi. Setiap dimensi ini memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Dimensi pertama adalah ukuran perusahaan, besarnya suatu perusahaan mempengaruhi upaya perusahaan dalam mendapatkan legitimasi. Dimensi kedua adalah kepemilikan saham manajerial, persentase yang tinggi akan mengakibatkan pengawasan oleh pihak investor agar tidak terjadi perilaku oportunistik manajer.

Opportunistic manajer adalah kegiatan yang dilakukan manajer dalam menahan cash perusahaan agar mereka lebih mendapatkan keuntungan lebih besar, kondisi ini terjadi bila kepemilikan manajerial lebih besar dibanding kepemilikan pemegang saham lainnya. Dimensi selanjutnya adalah ukuran dewan direksi, dimana besar ukuran dewan direksi mempengaruhi pelaksanaan tanggung jawab sosial (Krisna & Suhardianto, 2016, pp. 120-121). Dapat diambil kesimpulan, karakteristik perusahaan merupakan kumpulan beberapa dimensi yang dapat berpengaruh baik pada perusahaan dan lingkungan.

Karakteristik perusahaan yaitu dimensi-dimensi yang memberikan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan struktur terdapat dimensi ukuran perusahaan,

leverage, dan jenis kepemilikan. Selanjutnya dari kinerja terdapat dimensi profitabilitas, jenis perusahaan. Terakhir berdasarkan struktur pasar yaitu dimensi jenis industri (Krisna & Suhardianto, 2016; Husaini & Trinesia, 2020). Karakteristik perusahaan pada penelitian ini dapat diukur menggunakan dimensi ukuran perusahaan, ukuran dewan direksi, dan kepemilikan manajerial.

Dimensi pertama adalah ukuran perusahaan, besarnya suatu perusahaan mempengaruhi upaya perusahaan dalam mendapatkan legitimasi. Dimensi kedua adalah ukuran dewan direksi dimana besar ukuran dewan direksi mempengaruhi pelaksanaan tanggung jawab sosial. Dimensi ketiga adalah kepemilikan manajerial, persentase yang tinggi akan mengakibatkan pengawasan oleh pihak investor agar tidak terjadi perilaku oportunistik manajer. Penulis menggunakan ketiga dimensi dari banyaknya dimensi dikarenakan ketiga dimensi menggambarkan karakteristik perusahaan menurut penelitian sebelumnya.

Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang memiliki sumber daya atau total aset yang besar akan berupaya semakin besar untuk mendapatkan legitimasi dari seluruh pemangku kepentingan. Legitimasi dapat diperoleh dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan. Perusahaan besar memiliki political visibility yang tinggi sehingga transparansi kepada publik semakin meningkat. Political visibility adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengungkapan terkait dengan aspek politik sosial dan lingkungan (Krisna & Suhardianto, 2016, p. 120).

Menurut Weygandt, Kimmel, & Kieso (2015) aset adalah sumber daya yang dimiliki oleh setiap jenis bisnis. Aset akan digunakan dalam aktivitas produksi dan penjualan. Karakteristik aset adalah memberikan manfaat untuk masa mendatang. Total aset harus seimbang dengan jumlah liabilitas dan ekuitas dalam laporan keuangan (Weygandt, Kimmel, & Kieso, 2015)

Perusahaan yang besar memiliki sumber daya yang besar serta aktivitas yang kompleks. Besarnya perusahaan mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi dalam laporan tahunan. Pengungkapan ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan dan biaya politik perusahaan, serta mencapai legitimasi. Perusahaan dapat terus beroperasi dengan adanya legitimasi dari lingkungannya (Krisna & Suhardianto, 2016). Pengukuran menggunakan total aset perusahaan, yang diambil dari laporan tahunan periode 2017– 2019 bersumber dari idx.co.id serta

web perusahaan. Pengukuran ukuran perusahaan melalui total aset dianggap menggambarkan karakteristik perusahaan.

Ukuran Dewan Direksi

Selanjutnya untuk ukuran dewan direksi sendiri bergantung pada banyaknya tugas dan tanggung jawab dewan direksi, serta tujuan perusahaan. Berdasarkan best practice jumlah ukuran dewan direksi terdiri dari dua sampai tiga orang dan sudah termasuk dengan presiden direktur. Setiap anggotanya ditunjuk pada rapat umum pemegang saham dan diberikan tugas sesuai dengan tujuan pada anggaran dasar perusahaan. Setiap direksi terpilih berdasarkan kriteria perusahaan masing-masing.

Perbedaan setiap anggota dewan direksi menjadikan entitas dengan sumber daya dan kinerja yang lebih baik pada pengungkapan material (Matuszak, Rózańska, & Macuda, 2019, p. 82). Tugas dan kewajiban dewan direksi terbagi kedalam lima elemen yaitu manajemen, manajemen risiko, pengendalian internal, hubungan masyarakat, dan tanggungjawab sosial. Direksi membuat rencana dan fokus yang jelas untuk strategi tanggung jawab sosial, dalam rangka memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan (International Finance Corporation, 2018, pp. 206-208).

Kepemilikan Manajerial

Manajemen yang memiliki saham yang cukup besar dapat mendominasi perusahaan. Kepemilikan manajerial menjadikan manajemen dominan di perusahaan dan dapat membuat keputusan pengungkapan informasi. Hal ini membantu dalam pembuatan keputusan lebih cepat baik strategi dan peraturan. Tetapi dengan bertambahnya kepemilikan manajerial akan membuat perusahaan harus mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial lebih lagi.

Hal ini juga dipengaruhi oleh objek penelitian. Jika objek penelitian bersifat empiris maka bertambahnya kepemilikan manajerial memperkecil pengungkapan tanggung jawab sosial (Agustia, Dianawati, & A., 2018, p. 68). Dapat disimpulkan, kepemilikan saham manajerial akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin besar kepemilikan manajerial pada suatu perusahaan semakin besar pengaruh keterlibatan baik manajer dan dewan direksi dalam melakukan pengungkapan. Sehingga sulit bagi pemegang saham minoritas dan mayoritas dalam memberikan pengaruh kepada tindakan manajer dan direksi perusahaan.

Semakin besar kepemilikan manajerial meningkatkan kebutuhan dana perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial

(Nurleni, Bandang, Darmawati, & Amiruddi, 2017; Agustia, Dianawati, & A., 2018). Dalam penelitian ini, kepemilikan manajerial menggunakan pengukuran berdasarkan penelitian Arif Rahman. Pengukuran kepemilikan manajerial dilakukan berdasarkan persentase saham manajerial yang dimiliki oleh manajer pada suatu perusahaan, diambil dari laporan tahunan periode 2017 – 2019 bersumber dari idx.co.id serta web perusahaan. Pengukuran kepemilikan manajerial berdasarkan persentase dianggap menggambarkan karakteristik perusahaan dari hasil kepemilikan oleh manajemen dan dewan direksi.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial menurut Sri Wahjuni (2012) adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat sebagai bentuk kedermwanaan sosial. Perusahaan yang memiliki orientasi pada konsumen akan mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosialnya dengan benar. Pengungkapan informasi akan dilakukan dengan benar karena perusahaan ingin meningkatkan citra dan secara tidak langsung dapat meningkatkan penjualan.

Aktivitas pengungkapan dan pelaporan informasi harus diterima oleh seluruh stakeholder. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini akan mempengaruhi keputusan pemilik serta investor dalam melakukan investasi dan para stakeholder (Latifah, 2012, p. 66). Tanggung jawab sosial adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan menerapkan tindakan sosial dan tanggung jawab lingkungan dalam meningkatkan performa perusahaan (Herman, 2018; Ismail, 2020; Latifah, 2012; Kabir & Thai, 2017; Kabir & Thai, 2017). Selanjutnya untuk pengukuran tanggung jawab sosial digunakan sebelas indikator atau subjek yaitu tata kelola organisasi, HAM, praktik ketenagakerjaan, lingkungan, praktik operasional yang adil, konsumen, pembangunan sosial, ekonomi, pendidikan, kesehatan dan keagamaan.

Selanjutnya dari sebelas subjek tersebut dipecah kembali ke beberapa isu. Setelah dipecah ke beberapa isu dipecah kembali ke beberapa contoh indikator Sehingga dengan ini penulis menjadikan penelitian baru dengan indikator gabungan dari ketiga penelitian sebelumnya yaitu penelitian Herman (2018), Latifah (2012) dan Thai (2017).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif-kuantitatif karena pendekatan ini digunakan ketika suatu data dapat diukur dan diverifikasi dan bersifat

fakta (Sugiyono, 2017, pp. 7,10). Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah metode unobtrusive. Metode unobtrusive tidak membutuhkan peneliti untuk berinteraksi secara langsung dengan individu, kelompok dan organisasi yang menjadi objek penelitian (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 112-113). Pencarian data di website ini disebut sebagai data sekunder. Data sekunder adalah data yang sudah pernah dikumpulkan oleh orang lain, dan organisasi atau perusahaan. Data sekunder berisi dokumen – dokumen yang terdapat dalam website atau sudah dipublikasikan (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 37).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada satu perusahaan telekomunikasi yang tercatat di Bursa

Efek Indonesia sebagai sampel penelitian. Data yang dikumpulkan selama periode 3 tahun yaitu dari tahun 2017 hingga tahun 2019. Guna menjawab permasalahan penelitian, berikut ini akan dianalisis data ukuran perusahaan, ukuran dewan direksi, kepemilikan manajerial, dan pengungkapan tanggung jawab sosial masing-masing perusahaan. Pertama adalah pembahasan dari variabel dependen, yaitu tanggung jawab sosial. Pada gambar 1 ditunjukkan data pengungkapan tanggung jawab sosial. Dilihat dari gambar 1, berdasarkan analisis deskriptif diketahui perusahaan telekomunikasi yang terdaftar tahun 2017 – 2019 memiliki rata – rata melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial diatas 400 milyar.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Customer Experience

Skor NPS	2019		2018	
	2H 2019	1H 2019	2H 2018	1H 2018
Telkom	43	41	39	39
Kenaikan Poin	2	2	0	-

Kontribusi Kepada Masyarakat

Uraian	2019	2018	2017
	Rp Miliar		
Program Kemitraan dan Bina Lingkungan	368,70	385,86	385,58
Program Kemitraan	253,44	279,98	303,67
Program Bina Lingkungan	115,26	105,88	81,91
Corporate Social Responsibility	49,50	39,80	28,50
Total	418,20	425,66	414,08

Gambar 1. Kontribusi Kepada Masyarakat

Hasil pengolahan data pada gambar 1 dapat diartikan bahwa perusahaan telekomunikasi sudah menaati Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Perusahaan telekomunikasi sudah menerapkan visi dan misi perusahaan serta menjalankan good corporate governance, dimana menerapkan tanggung jawab sosial lingkungan dan sosial. TLKM merupakan perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab social yang besar. Dengan ini TLKM mendapatkan beberapa keuntungan dari penerapan pengungkapan

tanggung jawab sosial dengan skala luas. Pertama membantu meningkatkan kinerja finansial dan meningkatkan profitabilitas. Kedua dapat meningkatkan akuntabilitas, assessment. Selanjutnya membantu meningkatkan kinerja dan komitmen karyawan karena mereka merasa dihargai dan diperhatikan. Keempat dapat membantu menurunkan resiko pertikaian dalam organisasi. Terakhir membantu meningkatkan reputasi perusahaan (Herman, 2018, p. 268).

Penggunaan Air dan Energi

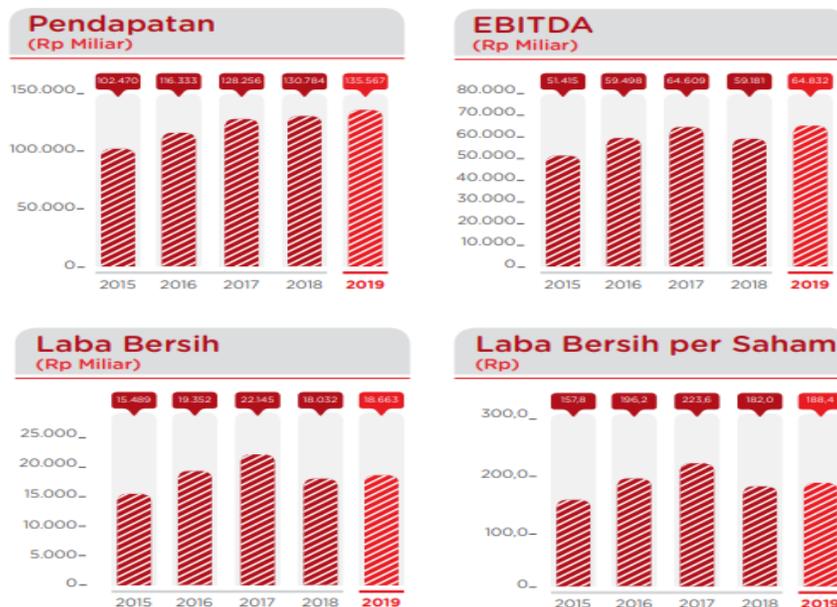
Uraian	Satuan	2019	2018	2017
Jaringan Tetap (STO)	kWh	310.351.518	327.744.883	338.902.852
Operasional Gedung	kWh	73.244.675	71.226.285	69.556.971
Jaringan Seluler (BTS)	kWh	1.776.077.129	1.679.150.702	1.549.658.684
Jumlah Pemakaian Listrik	kWh	2.159.673.322	2.078.121.870	1.958.118.507
Konsumsi Air	m ³	1.881.747	1.779.662	2.034.740
Jumlah Konsumsi Air	m³	1.881.747	1.779.662	2.034.740
Jaringan Tetap (STO)	Liter	1.583.986	N/A	N/A
Kendaraan Operasional	Liter	1.463.650	4.799.513	2.545.689
Jaringan Seluler (BTS)	Liter	± 10.000.000	± 12.000.000	± 15.000.000
Jumlah Konsumsi BBM	Liter	± 13.047.636	± 16.799.513	± 17.545.689

*Penggunaan listrik mencakup STO, BTS dan operasional gedung
 *Penggunaan BBM mencakup STO, BTS dan kendaraan operasional
 *Penggunaan air Telkom untuk kebutuhan domestik

Gambar 2. Penggunaan air dan energi

Berdasarkan gambar 2, TLKM mengalami penurunan penggunaan air dan energi mulai dari tahun 2017 hingga tahun 2019. Artinya, TLKM bisa menghemat penggunaan air dan energi dalam

melakukan produksi. Hal ini sangatlah memberikan pengaruh yang positif dalam hubungan timbal balik dengan lingkungan.



Gambar 3. Pendapatan, Ebitda, Laba Bersih, dan Laba Bersih per Saham

Berdasarkan gambar 3 diatas, bisa dilihat bahwa pendapatan yang diperoleh TLKM mengalami peningkatan dari tahun 2017-2019.

Untuk ebitda, TLKM mengalami penurunan dari tahun 2017-2019. TLKM juga mengalami penurunan pendapatan laba bersih dari tahun 2017-2019. Selain itu, untuk laba bersih per saham juga cenderung menurun dari tahun 2017-2019.

5. KESIMPULAN

Perusahaan TLKM sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi yang terdaftar sudah menaati Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang mana mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam untuk melakukan tanggung jawab sosial. Tetapi pengungkapan yang dilakukan kebanyakan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar masih minim. Bahkan, grafiknya masih tidak stabil. Namun, terkait dengan corporate social responsibility yang dilakukan oleh TLKM tergolong besar dengan rata-rata lebih dari 400 milyar. Selain itu, TLKM juga melakukan penghematan penggunaan air dan energi dalam produktivitas perusahaannya.

6. REFERENSI

- Hariyanto, E. (2021). Pengaruh Karakteristik perusahaan terhadap environmental disclosure Dalam Laporan Tahunan (Studi Pada perusahaan non Jasa Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Media Ekonomi*, 20(2), 1. <https://doi.org/10.30595/medek.v20i2.11213>
- Innayati, C. D., & Susilowati, E. (2017). Pengaruh Karakteristik perusahaan Dan Auditor Terhadap Audit Delay (Studi Kasus Pada perusahaan hotel, restoran, Dan Pariwisata di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi*, 19(3), 449. <https://doi.org/10.24912/ja.v19i3.91>
- Krisna, A., & Suhardianto, N. (2016). FaktorFaktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 18, No 2, 119 - 127.
- Latifah, S. W. (2012). Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan ISO 26000 dan Nilai Perusahaan yang Listed di Bursa Efek . *Jurnal Ekonomika-Bisnis* Vol 03, No 1, 65-74.
- Matuszak, Ł., Róžańska, E., & Macuda, M. (2019). The impact of corporate governance characteristics on banks' corporate social responsibility disclosure Evidence from Poland. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, Vol 9, No 1, 75-102.
- Nadiah, N. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility) pada perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 3(2). <https://doi.org/10.18860/em.v3i2.2335>
- Nurleni, N., Bandang, A., Darmawati, & Amiruddi. (2017). The effect of managerial and institutional ownership on corporate social responsibility disclosure. *International Journal of Law and Management*, Vol 60, No 4, 979 - 987.
- Pramardhikasari, E., & Januarti, I. (2019). Analisis Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap corporate risk disclosure (CRD) (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Pertambangan Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *JURNAL AKUNTANSI DAN AUDITING*, 15(2), 138–149. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.2.138-149>
- Salehi, M., Tarighi, H., & Rezanezhad, M. (2017). The relationship between board of directors' structure and company ownership with corporate social responsibility disclosure Iranian angle. *Humanomics*, Vol 33, No 4, 398-418.
- 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>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Cichester, West Sussex, United Kingom: John Wiley and Sons Ltd.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, dan R&D. BANDUNG: ALFABETA.*
- Susanto, A., & Veronica, V. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktik penghindaran Pajak Perusahaan Yang Terdaftar di bursa efek Indonesia. *Owner*, 6(1), 541–553. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.551>
- Wakid, N. L., Triuwono, I., & Assih, P. (2013). Pengaruh Karakteristik perusahaan TERHADAP Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.18860/em.v4i1.2329>
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2015). *Financial Accounting*. Danvers,

- United States of America: John Wiley & Sons, Inc
- Wicaksono, M., & Paryanto, P. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas pengungkapan corporate social responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2013. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 16(02).
<https://doi.org/10.29040/jap.v16i02>.
 134
- Wiyono, S., & Sondakh, J. J. (2019). Analisis Pengaruh karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang go public di bursa efek Indonesia (BEI). *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING*
 "GOODWILL", 10(2), 67.
<https://doi.org/10.35800/jjs.v10i2.24919>
- Yanti, B., & Siswanto, R. (2018). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) TERHADAP nilai perusahaan Pada Perusahaan Konstruksi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(3), 1.
<https://doi.org/10.31317/jmk.9.3.1-17.2018>
- Yusuf, M. (2011). Analisa Pengaruh karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan pada perusahaan high profile Yang Tercatat di bursa efek Indonesia pada tahun 2005-2007. *Binus Business Review*, 2(1), 571.
<https://doi.org/10.21512/bbr.v2i1.1164>