
Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Dalam Perspektif Teori Agensi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020)

Aulia Fatiha Kurniadi¹, Dwi Urip Wardoyo²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung

E-mail: auliafatihaak@student.telkomuniversity.ac.id¹, dwiurip@telkomuniversity.ac.id²

Article History:

Received: 10 Januari 2022

Revised: 17 Januari 2022

Accepted: 18 Januari 2022

Keywords: *Company Size, Profitability, Board of Commissioners, Agency Theory*

Abstract: *This research was conducted with the aim of knowing the effect of company characteristics, namely company size, profitability, company profile, number of commissioners and leverage on the disclosure of corporate social responsibility. The sample used in this study uses 50 manufacturing companies listed on the IDX from 2018 to 2020 with information on social responsibility disclosures and a summary of financial data obtained through the annual reports of manufacturing companies. The technique used in conducting this research is purposive sampling method and data management is carried out using multiple linear regression analysis. The final result of this study will show that firm size, firm profitability, and the number of commissioners have an effect on the disclosure of corporate social responsibility in the perspective of agency theory.*

PENDAHULUAN (Times New Roman, size 12)

Pada hakikatnya perusahaan harus bisa menjadi organisasi yang mampu memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Teori dan metode akuntansi tradisional menyatakan perusahaan wajiblah menggunakan keuntungannya agar bisa memberikan kontribusi besar kepada masyarakat, namun seiring berjalannya waktu masyarakat memahami bahwasannya dampak dari operasional perusahaan semakin sulit untuk dikelola dengan baik. Oleh karena itu sekarang banyak masyarakat yang langsung meninjau mengenai dampak sosial dari perusahaan tersebut.

Maka itu terbentuklah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) atau yang lebih dikenal dengan tanggung jawab sosial dari perusahaan yang merupakan komitmen usaha untuk melakukan kegiatan secara etis, legal dan berkontribusi untuk meningkatkan ekonomi bersama dampak yang paling harus dirasakan ialah kesejahteraan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan juga masyarakat luas (Yiua et al., 2013) Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bentuk strategi bisnis untuk jangka panjang.

CSR ini sudah menjadi isu yang sangat populer hingga kini, dengan perusahaan mengeluarkan CSR ini membuat perusahaan mendapatkan reputasi yang baik namun dibalik banyak nya yang sudah mengeluarkan CSR ada pula perusahaan yang belum mengeluarkan CSR

ini. Karena di Indonesia untuk mengeluarkan CSR ini memerlukan banyak perhatian dari berbagai pihak, seperti pemerintah, masyarakat dan perusahaan itu sendiri.

Salah satu kasus sosial dan lingkungan yang terjadi yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur adalah PT Unilever, perusahaan ini menjual berbagai produk yang memanfaatkan kelapa sawit seperti margarin dan minyak kelapa. PT unilever ini mendapatkan bahan baku dari PT SMART Tbk dan perusahaan ini terdapat laporan dari greenpeace bahwa adanya perluasan wilayah perkebunan sawit yang mengakibatkan kerusakan hutan. Selain itu, PT uniliver ini juga menjadi terlibat sebuah kasus pencemaran lingkungan yang merupakan dampak dari penyalahgunaan sumber daya dan energi serta pembuangan limbah cair dan sampah sembarangan dilingkungan kerusakan hutan tersebut.

Peristiwa-peristiwa yang ditimbulkan oleh perusahaan manufaktur akan beda-beda tergantung karakteristik dari perusahaan manufaktur tersebut, karena adanya perbedaan karakteristik inilah yang mengakibatkan besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan akan diproksikan kedalam ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, dewan komisaris, dan laverage.

LANDASAN TEORI

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan ini merupakan teori yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajemen perusahaan. Teori ini mengemukakan bahwa nilai perusahaan tidak bisa dimaksimalkan apabila insentif yang tepat atau pemantauan yang memadai tidak cukup efektif untuk menahan manajer perusahaan dari menggunakan kebijaksanaan untuk mengoptimalkan keuntungan (Amri, 2020). Dalam teori ini memperlihatkan bahwa adanya pendelegasian dari prinsipal (*shareholder*) kepada manajer perusahaan untuk menjalankan sebuah perusahaan.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi ini secara esensial dapat diartikan sebagai teori yang berorientasi pada sistem, dalam hal yang lebih besar (Grey et al., 2009). Teori legitimasi menyediakan perspektif yang lebih komprehensif mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*. Teori ini akan sangat membantu dalam menganalisis perilaku organisasi dalam perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR ini merupakan cara untuk mengintegrasikan dimensi sosial dalam berbisnis. Namun, CSR ini bukan merupakan sebuah *charity* tetapi lebih kedalam hal pembangunan berkelanjutan (Rachman, dkk, 2011). Jadi CSR merupakan peraturan pertanggung jawaban perusahaan terhadap sumber daya baik alam maupun buatan.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan CSR atau tanggung jawab social perusahaan sering kali disebut sebut dengan mengungkapan sosial, pelaporan sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan ini juga sebagai proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari suatu kegiatan ekonomi organisasi terhadap suatu kelompok khusus yang memiliki kepentingan kepada masyarakat secara keseluruhan (Marfuah dan Cahyono, 2011)

Standarisasi Pelaksaaan Corporate Social Responsibility (CSR)

Dalam pengungkapan CSR ini memiliki standar aturan yang berlaku di Indonesia yaitu terdapat dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 2007 pasal 74. Dengan adanya peraturan ini CSR ini terlihat sebagai paksaan bagi perusahaan untuk mengungkapkan CSR terlebih perusahaan yang secara langsung banyak berhubungan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial seperti perusahaan manufaktur yang memanfaatkan sumber daya alam sebagai bahan baku.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ini merupakan variabel yang digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam pelaporan tahunan yang dibuat. Ukuran perusahaan adalah skala yang dapat dihitung dengan tingkat total aset dan penjualan yang menunjukkan kondisi suatu perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas ini merupakan variabel yang digunakan sebagai faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk bisa mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang saham. Ukuran yang sering digunakan dalam mengukur suatu profitabilitas perusahaan adalah ROE, yang mana ROE ini dapat menggambarkan suatu keuntungan yang didapatkan perusahaan dengan modal sendiri.

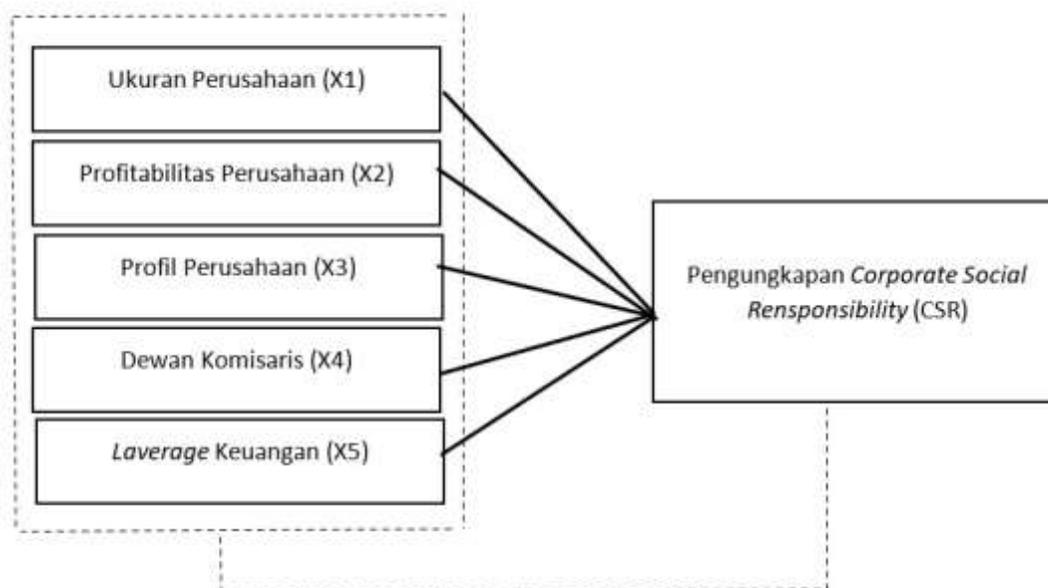
Dewan Komisaris

Dewan komisaris ini merupakan variabel yang dimana total personil dalam anggota dewan komisaris untuk melihat ada tidaknya tekanan manajemen pada pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Sembiring (2005) menunjukkan bahwa semakin tinggi total komisaris, maka semakin mudah dalam pengawasan CEO serta semakin efektif pula pengontrolannya.

Leverage

Rasio leverage ini merupakan sebuah alat yang dipakai untuk pengukuran ketergantungan perusahaan pada kreditor ketika akan mendanai sebuah aktiva perusahaan. Perbandingan tinggi sering kali menunjukkan bahwa perusahaan memiliki hutang yang tinggi. Perusahaan dengan perbandingan *laverage* tinggi perlu pengungkapan informasi lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *laverage* rendah.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

H1 : Faktor Karakteristik Perusahaan (ukuran, Profitabilitas, Dewan komisaris, dan *laverage*) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H1a : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H1b : Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H1c : Profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H1d : Dewan komisaris perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

H1e : Leverage perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang dimana terdapat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Lokasi penelitian ini dilakukan menggunakan data yang tersedia di *website* resmi Bursa Efek Indonesia, www.idx.com. Penelitian ini dilakukan pada bulan 2021 sampai dengan selesai.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kriteria yaitu dengan model *purposive sampling*. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang melakukan publikasi *annual report* pada *website* Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun berturut-turut.
2. Perusahaan tidak mengalami kerugian berturut-turut dalam mengelola perusahaannya.
3. Perusahaan menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.
4. Terdapat laporan pertanggungjawaban sosial yang di terapkan dan di ungkapkan dalam *annual report*.

Definisi Operasional Variabel Ukuran Perusahaan (X1)

Ukuran perusahaan merupakan jumlah nilai kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan hasil penelitian dari Wakid (2012). Dengan rumus :

$$\text{Log (Total Aset)}$$

Profitabilitas (X2)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan profit dalam usaha meningkatkan nilai pemegang saham dengan ekuitas yang dimiliki entitas. Maka untuk mengukur indikator variabel ini menggunakan:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}}$$

Profil Perusahaan (X3)

Profil perusahaan merupakan menjelaskan mengenai bidang operasi yang dilakukan oleh perusahaan, maka untuk mengukur indikator variabel ini menggunakan:

$$\text{High Profile (1) : Low Profile (0)}$$

Jumlah Dewan Komisaris (X4)

.....

Jumlah dewan komisaris ini merupakan jumlah seluruh anggota dewan komisaris yang ada dalam perusahaan. Maka untuk mengukur indikator variabel ini menggunakan:

$$JDK = \frac{\text{Anggota Dewan Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

Laverage (X5)

Laverage keuangan ini merupakan ukuran yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Maka untuk menghitung indikator variabel ini menggunakan:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Y)

Tanggung jawab sosial merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan perusahaan sebagai rasa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dimana perusahaan berdiri. Maka untuk menghitung indikator variabel ini menggunakan :

$$CSRDIJ = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan CSR}}{50}$$

selain itu juga menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + \beta_1 UKP + \beta_2 PRF + \beta_3 PRP + \beta_4 JDK + \beta_5 LVR + e$$

keterangan

- Y = Pengungkapan CSR
a = Konstanta
 β = Koefisien regresi
UKP = Ukuran Perusahaan
PRF = Profitabilitas
PRP = Profil Perusahaan
JDK = Jumlah Dewan Komisaris
LVR = *lverage*
E = Error of term

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviasi
Pengungkapan CSR	50	.28	.62	.4192	.03287

Ukuran Perusahaan	50	2.56	9.18	5.8693	1.3992
Profitabilitas Perusahaan	50	.00	.03	.0051	.00722
Profil Perusahaan	50	0	1	.44	.505
Jumlah Dewan Komisaris	50	2.10	4.11	2.3432	.50841
Leverage	50	.39	127.38	6.4561	20.03207
Valid N (Litwise)	50				

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui:

1. Pengungkapan CSR merupakan variabel Y menunjukkan nilai minimum 0,29; nilai maximum 0,62; *mean* 0,4192 dan nilai standar deviasi 0,3287.
2. Ukuran Perusahaan merupakan variabel X1 menunjukkan nilai minimum 2,56; nilai maximum 9,18; *mean* 5.8693 dan nilai standar deviasi 1.3992.
3. Profitabilitas Perusahaan merupakan variabel X2 menunjukkan nilai minimum 0,00; nilai maximum 0,03; *mean* 0,0051 dan nilai standar deviasi 0,00722.
4. Profil Perusahaan merupakan variabel X3 menunjukkan nilai minimum 0; nilai maximum 1; *mean* 0,44 dan nilai standar deviasi 0,505.
5. Jumlah Dewan Komisaris merupakan variabel X4 menunjukkan nilai minimum 2,10; nilai maximum 4,11; *mean* 2,3432 dan nilai standar deviasi .50841.
6. Leverage merupakan variabel X5 menunjukkan nilai minimum 0,39; nilai maximum 127,38; *mean* 6,4561 dan nilai standar deviasi 20,03207..

Pengujian Normalitas Data

**Tabel 2. Hasil Pengujian Normal Data
One-Sample Kolmogorov-smirnov Test**

		Understandardized Residual
N		50
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std.Deviation	.06321890
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.107
	Negative	-.123
Kolmogorov-smirnov Z		1.021
Asymp. Sig. (2-tailed)		.427

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS dalam tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi data $> 0,05$. Maka dengan demikian, data dalam model regresi berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinealineritas

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Collinearity
-------	-----------------------------	---------------------------	--	--	--------------

.....

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.399	.066		5.926	.000		
Ukuran Perusahaan	-.007	.006	-.124	-	.028	.978	1.456
Profitabilitas Perusahaan	.412	1.246	.034	1.274	.750	.679	1.413
Profil Perusahaan	.121	.011	.655	6.322	.001	.890	1.245
Jumlah Dewan Komisaris	.024	.013	.167	1.575	.031	.768	1.412
Leverage	.002	.001	.192	1.823	.744	.569	1.354

a. Dependent Variabel: Pengungkapan CSR

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 3 maka dapat diketahui nilai toleransi semua variabel independen adalah $>0,10$, serta $VIF <10,00$. Artinya, tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.011	.043		.364	.634
	Ukuran Perusahaan	.001	.012	.068	.568	.961
	Profitabilitas Perusahaan	.897	.643	.304	1.498	.170
	Profil Perusahaan	.018	.089	.084	.906	.354
	Jumlah Dewan Komisaris	.029	.016	.149	.796	.731
	Leverage	.000	.000	-.308	-1.621	.930

a. Dependent Variabel: Pengungkapan CSR

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi semua variabel independen adalah > 0.05 . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas di model regresi.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.648 ^a	.489	.419	.06780	2.154

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Profil Perusahaan, Jumlah Dewan Komisaris, Profitabilitas.

b. Dependent Variabel: CSR

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah atau gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.399	.056		5.982	.000
Ukuran Perusahaan	-.007	.009	-.125	-1.923	.023
Profitabilitas Perusahaan	.403	1.265	.302	.948	.980
Profil Perusahaan	.112	.019	.644	6.139	.001
Jumlah Dewan Komisaris	.039	.019	.165	1.528	.043
Leverage	.002	.000	.182	1.923	.042

a. Dependent Variabel: Pengungkapan CSR

Sumber: Output SPSS, 2022

Maka berdasarkan output tersebut terdapat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1UKP + \beta_2PRF + \beta_3PRP + \beta_4JDK + \beta_5LVR + e$$

$$Y = 0,399 - 0,007UKP + 0,403PRF + 0,112PRP + 0,39JDK + 0,002LVR + e$$

Uji Hipotesis

Uji Simultan

**Tabel 7. Hasil Uji F
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Reression	.313	4	0.42	9.465	.001 ^a
Residual	.234	44	0.003		
Total	.466	49			

a. Predictors: (Constant), LVR, UKP, PRF, PRP, JDK

b. Dependent Variabel: CSR

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan hasil output spss, hasil nilai signifikan F 0,001 lebih kecil dari 0,05. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 dapat diterima yang berarti variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah komisi, serta leverage berpengaruh secara simultan pada corporate social responsibility.

Koefisien Determinasi (R²)

**Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.088 ^a	.456	.414	.06703

a. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, Profil Perusahaan, Jumlah Dewan Komisaris, Profitabilitas.

b. Dependent Variabel: CSR

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan hasil output spss tersebut didapatkan hasil R-squared sebesar 0,456 yang berarti 45,6% variabel pengungkapan CSR mampu dijabarkan variabel independen seperti ukuran, profitabilitas, profil, jumlah komisi, serta perusahaan. Sisanya 54,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Parsial

Tabel 9. Hasil Uji t
Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.399	.056		5.982	.000
Ukuran Perusahaan	-.007	.009	-.125	-1.923	.023
Profitabilitas Perusahaan	.403	1.265	.302	.948	.980
Profil Perusahaan	.112	.019	.644	6.139	.001
Jumlah Dewan Komisaris	.039	.019	.165	1.528	.043
Leverage	.002	.000	.182	1.923	.042

b. Dependent Variabel: CSR

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan hasil output SPSS dapat diperoleh data sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan (X1) memperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,023 ($0,023 < 0,05$). Maka secara parsial variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap pengungkapan CSR.
2. Profitabilitas Perusahaan (X2) memperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,980 ($0,980 > 0,05$). Maka secara parsial variabel Profitabilitas Perusahaan berpengaruh negatif atau tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3. Profil Perusahaan (X3) memperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Maka secara parsial variabel Profil Perusahaan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap pengungkapan CSR.
4. Dewan Komisaris (X4) memperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,043 ($0,043 < 0,05$). Maka secara parsial variabel Dewan Komisaris berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap pengungkapan CSR.
5. *Leverage* (X5) memperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,042 ($0,042 < 0,05$). Maka secara parsial variabel Dewan Komisaris berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap pengungkapan CSR.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel bebas (X) memiliki pengaruh pada variabel terikat (Y).
2. Variabel Ukuran Perusahaan (X1) memiliki pengaruh pada variabel CSR (Y).
3. Variabel Profitabilitas (X2) tidak memiliki pengaruh pada variabel CSR (Y).
4. Variabel Profil Perusahaan (X3) memiliki pengaruh pada variabel CSR (Y).
5. Variabel Dewan Komisaris (X4) memiliki pengaruh pada variabel CSR (Y).
6. Variabel *Leverage* (X5) memiliki pengaruh pada variabel CSR (Y).

Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti menemukan keterbatasan, diantaranya:

1. Sampel pada penelitian ini hanya menggunakan perusahaan yang termasuk kedalam kriteria yang sudah ditentukan melalui *purposive sampling*, sehingga belum mencakup ruang lingkup perusahaan yang luas.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 5 variabel independen yaitu variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, jumlah dewan komisaris, dan leverage.

Saran

Berdasarkan dari keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan penulis ialah:

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian yang digunakan seperti sub sektor keuangan dan perbankan, sektor *food and beverage* sehingga dapat mengeneralisir seluruh perusahaan yang dilakukan pengungkapan CSR di BEI.
2. Dapat menamah variabel lainnya, seperti umur perusahaan dan lain sebagainya.

DAFTAR REFERENSI

- Anatan, L. (2009). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha Christian University*, 8(2), 66–77. Amri, Nur Fadhila. (2020). “Agency Theory (Teori Agensi) Dalam Perusahaan dan Efeknya”. *Informasi Tentang Dunia Akuntansi*. (<https://www.e-akuntansi.com/agency-theory-teori-agensi-dalam-perusahaan-dan-efeknya/>). Diakses pada 5 November 2021.
- El-Chaarani, H. (2014). The Impact Of Corporate Governance On The Performance Of Lebanese Banks. *The International Journal Of Business And Finance Research*, 8(5), 22-34.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Indriyani. (2018). Pengaruh CSR Dan Sharia Governance Terhadap Kinerja Perusahaan, *Jurnal Akuntansi*, Vol. 6 No.
- Liani, F., & Yusrizal. (2019). Analysis of the Company Characteristics Effect On Corporate Social Responsibility Disclosure at Manufacturing Companies Listed on Indonesia Stock Exchange Period 2014-2016. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2)
- Nurkhin, Ahmad (2009). “Corporate Governance Dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia).” Disampaikan Dalam Bentuk Makalah Saat Simposium.
- Radyanti, Maria R Nindita. (2014). “Sustainable Business & Corporate Social Responsibility (CSR): First Edition”. ([https://books.google.co.id/books?id=IR1bDwAAQBAJ&pg=PA49&dq=karakteristik+CSR&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwig34rus7jtAhU18HMBHQE0ADgQ6AEwAHoECAQQAg#v=onepage&q=karakteristik CSR&f=false](https://books.google.co.id/books?id=IR1bDwAAQBAJ&pg=PA49&dq=karakteristik+CSR&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwig34rus7jtAhU18HMBHQE0ADgQ6AEwAHoECAQQAg#v=onepage&q=karakteristik%20CSR&f=false)). Diakses pada 12 Januari 2022.
- Sukmawati, Safitri Dewi., & Maswar, Patuh Priyadi, (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Suliyanto, (2011). *Ekonomika Terapan: Teori & Aplikasi SPSS*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wardani, N. K., & Januarti, I. (2013). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)". *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 2, No. 2, Hal. 1-15. ISSN (Online): 2337-3806.
- Yiua, M., Sankatb, C., & Punc, K. (2013). In Search Of The Knowledge Management Practices In Organisations: A review. *West Indian Journal of Engineering*, 35(2), 103–116
-