

**PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM KELUARGA DALAM
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR)**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Keluarga Sektor Manufaktur
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1



Disusun Oleh:
Nur Fitri Halimah
NIM :14.0102.0126

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

**PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM KELUARGA DALAM
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR)**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Keluarga Sektor Manufaktur
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017)**

SKRIPSI



**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**

Disusun Oleh:
Nur Fitri Halimah
NIM. 14.0102.0126

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

SKRIPSI

**PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM KELUARGA DALAM PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
(Studi Empiris Pada Perusahaan Keluarga Sektor Manufaktur Yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2017)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nur Fitri Halimah

NPM 14.0102.0126

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal **7 Februari 2019**.....

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Muh. Al Amin, S.E., M.Si

Pembimbing I

Veni Soraya Dewi, S.E., M.Si

Pembimbing II

Tim Penguji

Muh. Al Amin, S.E., M.Si

Ketua

Nur Laila Yuliani, S.E., M.Sc., Ak

Sekretaris

Fajiatul Mariya Waharini, S.E., M.Si.

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal **23 APR 2019**.....

Dra. Marlina Kusnia, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nur Fitri Halimah
NIM : 14.0102.0126
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM KELUARGA DALAM PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Keluarga Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017) adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 26 Februari 2019
Pembuat Pernyataan



Nur Fitri Halimah
NPM. 14.0102.0126

RIWAYAT HIDUP

Nama : Nur Fitri Halimah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 16 Maret 1996
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Malangan 1, RT:03 RW:04 No.13 Magelang
Alamat *e-mail* : 9fitri6@gmail.com

Pendidikan Formal:

Sekolah Dasar (2002-2008) : SDN Rejowinangun Selatan 2
SMP (2008-2011) : SMP N 8 Magelang
SMA (2011-2014) : SMA N 5 Magelang
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Magelang

Magelang, 26 Februari 2019
Peneliti



Nur Fitri Halimah
NPM. 14.0102.0126

MOTTO

Every Human Being Must Have A Dream.. The Dream Of Being
Succesfull..Dream Of Being Useful Person.. Dream Of Being What She Wants..
However, Not A Few Of Them Are Only Wishfull Thinking And Not Many Of
Them Try Their Best To Realize Their Dream..

Sesungguhnya Allah berkata :

*“Aku sesuai prasangka hamba Ku pada Ku dan Aku bersamanya apabila ia
memohon kepada Ku”*

(HR.Muslim)

Apapun yang terjadi, apapun kondisi saat ini, Yakinlah itu yang terbaik bagi kita
menurut Allah..

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM KELUARGA DALAM PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Keluarga Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017)**

Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Selama proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Eko Muh. Widodo, MT selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ibu Dra. Marlina Kurnia, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Ibu Nur Laila Yuliani, SE M.Sc, Ak selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Bapak Muh. Al Amin, SE., M.Si., dan Ibu Veni Soraya Dewi, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dan ketulusan hati telah memberikan arahan, bimbingan, kritik, dan saran terhadap perbaikan skripsi.
5. Keluarga saya yang selalu memberikan do'a dan dukungan moril serta materiil untuk saya.
6. Keluarga besar Akuntansi angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Magelang, 26 Februari 2019

Peneliti



Nur Fitri Halimah
NIM. 14.0102.0126

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Halaman Riwayat Hidup	iv
Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
A. Telaah Teori	13
1. <i>Legitimacy Theory</i>	13
2. <i>Signaling Theory</i>	14
3. CSR.....	15
4. Kepemilikan Keluarga (CEO)	17
5. Kepemilikan Institusional	18
6. Investor Asing	19
B. Telaah Penelitian Sebelumnya	20
C. Perumusan Hipotesis	21
D. Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Sumber Data Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel	26
C. Definisi dan Pengukuran Variabel	27
1. CSR.....	27
2. Kepemilikan Keluarga (CEO)	28
3. Kepemilikan Institusional.....	28
4. Investor Asing.....	29
D. Metode Analisis Data	29
1. Statistik Deskriptif	29

2. Uji Asumsi Klasik	29
a. Uji Normalitas Data	29
b. Uji Multikolinearitas	30
c. Uji Heterokedastisitas	31
d. Uji Autokolerasi	31
E. Pengujian Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Sampel Penelitian	36
B. Analisis Data	37
1. Uji Normalitas Data.....	39
2. Uji Multikolinearitas	40
3. Uji Heterokedastisitas.....	41
4. Uji Autokorelasi	42
C. Pengujian Hipotesis	
1. Analisis <i>Multiple Regression</i>	42
2. Uji Koefisien Determinasi.....	44
3. Uji F.....	45
4. Uji t.....	46
D. Pembahasan	48
E. Pembahasan Keseluruhan	53
BAB V KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	55
B. Keterbatasan Penelitian	55
C. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Telaah Penelitian Sebelumnya	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	27
Tabel 3.2 Lanjutan Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 3.3 Lanjutan Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	36
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	37
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Muktikolinearitas.....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik F.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	46
Tabel 4.12 Uji Hipotesis	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Perpindahan Generasi Suksesi	5
Gambar 2 Model Penelitian	25
Gambar 3.1 Penerimaan Uji F.....	34
Gambar 3.2 Penerimaan Hipotesis Positif	35
Gambar 4.1 Uji Goodness Fit	46
Gambar 4.2 Hasil penerimaan hipotesis Kepemilikan Keluarga (CEO).....	47
Gambar 4.3 Hasil penerimaan hipotesis Kepemilikan Institusional	47
Gambar 4.4 Hasil penerimaan hipotesis Investor Asing	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Sampel Perusahaan	62
Lampiran 2 91 Indikator Berdasarkan GRI G4.....	63
Lampiran 3 Tabulasi Data Mentah.....	71
Lampiran 4 Data Yang Akan Diolah	84
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data	85
Lampiran 6 Hasil Olah Data Keseluruhan	96

ABSTRAK

PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM KELUARGA DALAM PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

(Studi Empiris pada Perusahaan Keluarga Sektor Manufaktur yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017)

Oleh:

Nur Fitri Halimah

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Kesadaran atas pentingnya CSR dilandasi pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham (*shareholder*), tapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). CSR menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan. Dengan demikian pengungkapan CSR telah menjadi umum terutama untuk suatu perusahaan publik dengan organisasi internasional seperti keberlanjutan GRI (*Global Reporting Initiative*). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepemilikan keluarga (CEO), kepemilikan institusional, investor asing terhadap pengungkapan CSR. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 7 perusahaan keluarga sektor manufaktur periode 2013-2017. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga (CEO), kepemilikan institusional berpengaruh positif sedangkan investor asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kata kunci: *Kepemilikan keluarga (CEO), Kepemilikan Institusional, Investor Asing, CSR.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan kini telah menjadi lebih bertanggung jawab kepada masyarakat. Saat ini mereka perlu mempertimbangkan berbagai macam aspek salah satunya yaitu dampak pada lingkungan, kini CSR (*Corporate Social Responsibility*) telah menjadi salah satu yang bisa di pertimbangka pada suatu perusahaan. CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Kesadaran atas pentingnya CSR (*Corporate Social Responsibility*) dilandasi pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham (*shareholder*), tapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*).

CSR (*Corporate Social Responsibility*) menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan. Dengan demikian pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) telah menjadi umum terutama untuk suatu perusahaan publik dengan organisasi internasional seperti keberlanjutan GRI (*Global Reporting Initiative*).

Investasi dalam CSR (*Corporate Social Responsibility*) cenderung bersifat jangka panjang (Johnson & Greening, 1999) dan merupakan cara bertahan hidup dan penciptaan nilai dan berkelanjutan bagi perusahaan di masa depan (Oh & Martynov, 2011), pemegang saham besar cenderung mendukung investasi semacam itu. Selain itu, memiliki perusahaan yang dianggap "tidak bertanggung jawab secara sosial" mungkin memerlukan biaya tinggi (Barnea & Rubin, 2010), yang merupakan alasan lain mengapa pemegang saham besar cenderung khawatir tentang reputasi tanggung jawab sosial perusahaan dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Namun, tidak semua pemegang saham besar mungkin sama-sama tertarik dalam aspek ini. Tipe berbeda pemegang saham mungkin memiliki berbagai tujuan, dan, akibatnya, pemegang saham identitas diharapkan akan mempengaruhi praktik pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Pemegang saham yang lain, keluarga adalah tipe pemegang saham besar di seluruh dunia (La Porta et al., 1999). Pada kenyataannya, bisnis keluarga adalah tulang punggung dari ekonomi, perkiraan 70-90% dari global GDP per tahun (Global Data poin, FFI, 2016). Perusahaan-perusahaan ini dapat berukuran kecil, menengah atau besar (La Porta et al., 1999). Sebagai contoh, keluarga hadir di hampir sepertiga dari semua perusahaan di S & P 500 (Anderson & Reeb, 2003), dan di sekitar 37,5% dari perusahaan yang terdaftar di bursa Jerman (Andres, 2008); dan bagian atas 100 bisnis keluarga di Eropa telah menggabungkan pendapatan lebih dari 1,8 triliun euro pada

tahun 2011, hampir 14% dari GDP Uni Eropa (Campden, 2012). Karakteristik unik perusahaan-perusahaan keluarga memiliki implikasi penting bagi kinerja tanggung jawab sosial mereka (Dyer & Whetten, 2006) dan untuk praktik pengungkapan tanggung jawab sosial mereka (Chen et al., 2008).

Perekonomian dunia tidak akan pernah bisa lepas dari pengaruh bisnis keluarga. Bahkan bisnis keluarga merupakan kontributor terpenting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Terdapat 17 juta perusahaan keluarga yang tersebar di seluruh dunia, yaitu sekitar 80% hingga 98% dari seluruh perusahaan yang ada. Sedangkan di Asia Tenggara 60% perusahaan terbuka (tbk.) merupakan perusahaan keluarga. Seiring berkembangnya bisnis keluarga di dunia, hasil *survey* dari perusahaan audit asal Amerika Serikat yaitu *Price Waterhouse Cooper* (Pwc) menyatakan bahwa lebih dari 95% perusahaan di Indonesia merupakan bisnis keluarga. Tingginya pengaruh dan peranan perusahaan keluarga di Indonesia membuat keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis keluarga menjadi sangat penting untuk diperhatikan (bisnis.com).

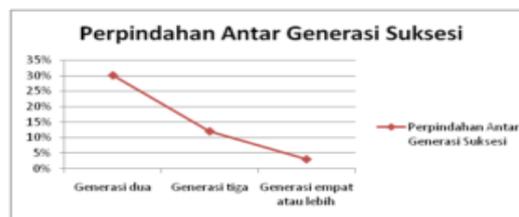
Fenomena yang terjadi bahwa hampir 95% bisnis di Indonesia merupakan perusahaan keluarga. Saat ini mereka dibenturkan dengan era disrupsi dimana era disrupsi adalah fenomena ketika masyarakat menggeser aktivitas-aktivitas yang awalnya dilakukan di dunia nyata, ke dunia maya, sehingga mau tidak mau mereka harus bersiap dengan sejumlah strategi agar tidak mengalami kepunahan. Era disrupsi ini mendorong semua bisnis untuk

berbenah dengan melakukan serangkaian perubahan untuk bisa tetap eksis. Seperti halnya Bisnis Indonesia yang mendorong penawaran produk dan layanan yang semakin variatif dan komprehensif. Direktur Pemberitaan Bisnis Indonesia Arif Budisusilo mengatakan semula Bisnis merupakan media tradisional yang menyediakan koran dan produk cetakan. Kini, perusahaan itu merambah produk digital seperti *e-paper*, berita berlangganan, *web hosting*, dan produk digital lainnya (*bisnis.com*).

Fenomena lain dalam perusahaan keluarga adalah dimana pendiri mempunyai fokus pada usaha keras agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Setelah itu, pada perkembangan berikutnya, ketika perusahaan mulai tumbuh menjadi lebih besar dan kuat, generasi kedua dan berikutnya akan mulai masuk dan bisa menjadi *the dynasty of family* (Susanto, 2005). Bagi kebanyakan perusahaan keluarga, perencanaan suksesi adalah tantangan yang paling sulit dan paling penting untuk dihadapi. Disamping hal itu, perencanaan suksesi dapat menjadi kesempatan besar untuk memaksimalkan peluang dan menciptakan lembaga multi generasi yang mewujudkan misi dan nilai – nilai lama dari sang pendiri.

Berdasarkan hasil survei *The Jakarta Consulting Group* (2014) pada perusahaan keluarga di Indonesia, sebesar 67,8% diketahui telah mempersiapkan penerus melalui perencanaan suksesi, sedangkan sebesar 32,2% tidak atau belum mempersiapkan suksesi. Survei lainnya juga mengatakan bahwa penerus perusahaan keluarga lebih diutamakan kepada satu anak kandung (lihat gambar 1.1). Dilihat dari sisi lain, *Family Business*

Institute (2009) mengatakan bahwa 88% dari pemilik perusahaan keluarga saat ini percaya bahwa keluarga akan mengendalikan perusahaan keluarga dalam lima tahun, tetapi statistik suksesi melemahkan kepercayaan ini (lihat gambar 1.1). Berdasarkan statistik suksesi pada gambar 1.1 ini menunjukkan bahwa adanya ketidakpadanan antara optimisme sang pendiri perusahaan keluarga dengan realita kegagalan dalam perusahaan keluarga untuk bertahan hidup dari generasi ke generasi.



Gambar 1.1 : Perpindahan Generasi Suksesi
Sumber : *Family Business Institute* (2009)

Karakteristik unik perusahaan-perusahaan keluarga memiliki implikasi penting bagi kinerja tanggung jawab sosial mereka (Dyer & Whetten, 2006) dan untuk praktik pengungkapan sukarela mereka (Chen et al. 2008). Dalam hal kinerja CSR (*Corporate Social Responsibility*), misalnya, Blokier dan Wagner (2014a) laporan untuk sampel perusahaan besar yang terdaftar di AS bahwa kepemilikan keluarga berhubungan negatif dengan kinerja CSR (*Corporate Social Responsibility*) terkait masyarakat dan terkait secara positif dengan aspek keragaman, karyawan, lingkungan, dan hubungan produk terkait CSR (*Corporate Social Responsibility*); Blokier dan Wagner (2014b), juga untuk sampel perusahaan publik AS yang besar, menemukan bahwa kepemilikan keluarga dan pendiri mengurangi kekhawatiran CSR (*Corporate*

Social Responsibility), sedangkan kehadiran CEO keluarga dan pendiri meningkatkannya. Uhlaner, van Goor-Balk, dan Masurel (2004) melaporkan untuk sampel perusahaan-perusahaan keluarga kecil dan menengah yang terdaftar di Belanda bahwa karakter keluarga perusahaan cenderung mempengaruhi hubungan dengan beberapa pemangku kepentingan; tetapi Amann, Jaussaud, dan Martinez (2012) untuk perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Jepang, menemukan bahwa identitas bisnis keluarga tidak mempengaruhi CSR (*Corporate Social Responsibility*) secara umum.

Literatur empiris yang menganalisis pengaruh keterlibatan keluarga pada pelaporan CSR (*Corporate Social Responsibility*) langka, dalam hal apapun. Selain itu, hasilnya beragam dan sebagian besar studi hanya menggunakan kriteria kepemilikan ketika mempertimbangkan kontrol dan pengaruh keluarga. Misalnya, Prado-Lorenzo, Gallego-Alvarez dkk. (2009), untuk Spanyol, melaporkan hubungan positif antara kehadiran pemegang saham individu yang signifikan dan laporan GRI. Campopiano dan Massis (2015), untuk Perusahaan Italia, menemukan bahwa bisnis keluarga menyebarkan lebih banyak variasi laporan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan kurang sesuai dengan standar CSR (*Corporate Social Responsibility*), sementara Ndemanga dan Koffi (2009), untuk Swedia, menemukan bahwa kepemilikan keluarga mengurangi pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Cuadrado-Ballesteros, Rodríguez-Ariza, dan García-Sánchez (2015) menemukan bahwa direktur independen tidak mempengaruhi pelaporan CSR

(*Corporate Social Responsibility*) di perusahaan keluarga dan Sundarasen et al. (2016) menunjukkan bahwa direktur independen memiliki pengaruh negatif pada pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di perusahaan yang dikendalikan keluarga.

Perusahaan-perusahaan keluarga dicirikan oleh manajemen dan tata kelola mereka, bersama dengan ciri khas unik keluarga dan penggunaan sumber daya khusus (Salvato & Aldrich, 2012), yang dapat menjelaskan hubungan positif antara keterlibatan keluarga (kepemilikan dan / atau kontrol) dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Dimana dalam konsentrasi kepemilikan terdiri dari kepemilikan imediat maupun dengan kepemilikan ultimat, dimana dalam penelitian ini menggunakan konsentrasi kepemilikan ultimat (*ultimate ownership*) yang berarti kepemilikan langsung dan tidak langsung terhadap suatu perusahaan.

Berdasarkan konsep kepemilikan ini, rangkaian kepemilikan harus ditelusuri sampai dengan pemilik ultimat dapat diidentifikasi, dengan kepemilikan ultimat rantai pemegang saham kendali (individu, keluarga, atau institusi yang memiliki kontrol terhadap sebuah perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung pada tingkat pisah batas (*cut-off*) hak kontrol tertentu (Claessens et al,2000b) pemegang saham kendali disebut juga pemilik ultimat terbesar). La Porte et al (1999), Claessens et al (2000a) serta Faccio dan Lang (2002) mengklasifikasi pemegang saham kendali menjadi 5 yaitu keluarga, pemerintah, institusi keuangan dengan kepemilikan

luas, perusahaan dengan kepemilikan luas dan pemegang saham pengendali lainnya (seperti investor asing, koperasi dan karyawan).

Keluarga mungkin memiliki preferensi yang lebih kuat untuk tujuan non finansial, seperti pengejaran legitimasi (Berrone et al., 2012), atau pandangan jangka panjang (Berrone et al., 2010) yang mungkin membentuk pengungkapan CSR perusahaan-perusahaan keluarga. Misalnya, keluarga pemilik dapat mencegah perusahaan mereka terlibat dalam kegiatan merusak reputasi dan biasanya mencoba untuk menjaga *image* yang baik (blok & Wagner, 2014a); karena orientasi jangka panjang mereka, perusahaan keluarga dapat berperilaku berbeda dari perusahaan non-keluarga dan dapat memelihara hubungan pribadi dengan beberapa pemangku kepentingan seperti karyawan atau klien (Uhlener et al., 2004).

Bisnis keluarga mungkin lebih condong daripada perusahaan non-keluarga untuk menjadi warga perusahaan yang baik, dengan reputasi perusahaan keluarga secara parsial memediasi hubungan antara perilaku kewarganegaraan dan kinerja perusahaan (Astrachan et al., 2017). Namun, kita juga harus mempertimbangkan bahwa ketika keluarga adalah pemegang saham terbesar di perusahaan yang terdaftar, mereka mungkin tidak sendirian; mungkin ada pemegang saham besar lainnya, yang kepentingannya mungkin atau mungkin tidak bertepatan dengan keluarga.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah kepemilikan keluarga (CEO), kepemilikan institusional dan investor asing. CSR (*Corporate Social*

Responsibility) adalah komitmen untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan, CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam penelitian ini diukur dengan indeks GRI dengan penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan pemberian skor 0 dan 1.

Kepemilikan keluarga (CEO) adalah kepemilikan saham atau pemegang saham kendali dalam sebuah perusahaan keluarga yang masih merupakan anggota keluarga dari perusahaan keluarga tersebut yang mempunyai jabatan CEO dengan kepemilikan saham lebih dari 10%. Kepemilikan institusional adalah mereka yang mendaftarkan diri sebagai sebuah perusahaan dengan badan hukum seperti PT atau CV dengan berbagai jenis usaha dimana dalam penelitian ini investor institusional dikreterikan memiliki saham lebih dari 5%. Investor asing adalah orang perorangan atau lembaga non domestik yang melakukan suatu investasi baik dalam jangka pendek ataupun panjang dimana dikreterikan investor asing memiliki saham lebih dari 5% (Cabeza-garcía et al., 2017)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian (Cabeza-garcía et al., 2017) terletak pada variabel penelitian. Dimana variabel yang diteliti oleh masing-masing penelitian di adopsi secara keseluruhan dalam penelitian ini.. Selain memiliki persamaan, penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian acuan. Perbedaan penelitian (Cabeza-garcía et al., 2017) dan

penelitian ini adalah dari objek penelitian yang dilakukan. Dimana penelitian ini dilakukan di Indonesia pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI pada tahun 2013-2017. Alasan penggunaan sektor manufaktur karena perusahaan manufaktur terus mengalami kemajuan yang mengakibatkan persaingan semakin ketat antar perusahaan dalam industri manufaktur. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah perusahaan manufaktur dibandingkan perusahaan non manufaktur yang terdaftar di BEI.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kepemilikan keluarga (sebagai CEO) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?
2. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?
3. Apakah investor asing berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?

C. Kontribusi Penelitian

1. Menguji secara empiris pengaruh kepemilikan keluarga (sebagai CEO) terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).
2. Menguji secara empiris pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).
3. Menguji secara empiris pengaruh investor asing terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

D. Tujuan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat dan juga peneliti terhadap bukti empiris terhadap keterlibatan keluarga dan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Perusahaan diharapkan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dan keputusan terkait pelaporan dan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

E. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan. Bab ini meliputi uraian mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Perumusan Hipotesis. Bab ini berisi uraian tentang pembahasan dari permasalahan secara teoritis yang didasarkan pada literatur, sumber pustaka, sumber ilmiah yang berguna sebagai acuan perbandingan hasil penelitian.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini bertujuan untuk menerangkan dan menguraikan tentang populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan pengukuran variabel serta metode analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan. Bab ini bertujuan untuk membahas dan menguraikan pengujian yang telah dilakukan meliputi statistik deskriptif responden, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

BAB V Kesimpulan. Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran. Dibagian akhir akan diisi dengan lampiran yang dapat mendukung skripsi ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Literatur

1. Telaah Literatur

a. *Legitimacy Theory*

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995 dalam Kirana, 2009). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. O'Donovan (2000) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat, Gray et al. (1996: 46) dalam Ahmad dan Sulaiman (2004). Untuk itu, sebagai suatu

sistem yang mengutamakan keberpihakan atau kepentingan masyarakat.

Operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan dari masyarakat. Deegan, Robin dan Tobin (2002) dalam Fitriyani (2012) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

b. Signalling Theory

Teori ini menekankan kepada pentingnya informasi dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan catatan penting suatu perusahaan baik di masa lalu, saat ini maupun di masa yang akan

datang. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut dan mengemukakan tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan.

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pelaku pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut dan diterima oleh para pelaku pasar. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Jogiyanto, 2000). Sama halnya jika dikaitkan dengan hubungan kinerja dengan pengungkapan sosial atau lingkungan, yaitu jika suatu perusahaan memiliki kinerja finansial yang tinggi maka dapat memberikan sinyal positif bagi investor atau masyarakat melalui laporan keuangan atau laporan tahunan yang akan diungkapkan.

c. Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Ketentuan mengenai kegiatan CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan atau penanam modal untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketentuan ini

bertujuan untuk mendukung terjalinnya hubungan yang serasi dan seimbang antara perusahaan dengan lingkungan sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya (Wahyudi dan Azheri, 2008).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan komitmen untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan setiap perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat berdasarkan nilai-nilai keadilan dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Jika terjadi ketidakselarasan sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan kehilangan legitimasinya sehingga dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Jadi pengungkapan informasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Haniffa dan Cooke, 2005) (Rustiarini, 2008).

d. Kepemilikan Keluarga

Perusahaan didirikan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya. Keluarga merupakan semua individu dan perusahaan yang kepemilikannya tercatat (kepemilikan > 5% wajib dicatat. Pengecualian pada perusahaan publik, negara, institusi keuangan (seperti: lembaga investasi, reksa dana, asuransi, dana pensiun, bank, koperasi) dan publik (individu yang kepemilikannya tidak wajib dicatat) (Wahyu dan Setyawan, 2015). Karakteristik dari struktur kepemilikan perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia masih di dominasi oleh keluarga, baik keluarga pendiri perusahaan maupun yang bukan pendirinya.

Pada perusahaan keluarga, seringkali ada anggota keluarga pemilik perusahaan yang turut serta atau berpartisipasi dalam manajemen perusahaan. Mereka merupakan perwakilan dari keluarga pemilik dalam manajemen perusahaan (Aprianto, 2015). Sehingga dapat diketahui bahwa perusahaan keluarga cenderung memiliki kinerja yang lebih unggul daripada perusahaan non keluarga karena anggota keluarga cenderung memiliki komitmen yang lebih tinggi pada perusahaan karena mereka cenderung ingin mempertahankan perusahaan agar dapat diwariskan kepada generasi-generasi berikutnya. Borneo dkk (2012) menunjukkan bahwa kendali dan pengaruh keluarga (menjadi CEO) mungkin

berasal dari memiliki posisi kepemilikan yang kuat, status yang ditentukan atau kharisma pribadi.

e. Kepemilikan institusional

Kepemilikan institusional adalah mereka yang mendaftarkan diri sebagai sebuah perusahaan dengan badan hukum seperti PT atau CV dengan berbagai jenis usaha dimana dalam penelitian ini investor institusional dikreterikan memiliki saham lebih dari 5%. Pada perusahaan keluarga, seringkali ada anggota keluarga pemilik perusahaan yang turut serta atau berpartisipasi dalam manajemen perusahaan. Mereka merupakan perwakilan dari keluarga pemilik dalam manajemen perusahaan (Aprianto, 2015). Sehingga dapat diketahui bahwa perusahaan keluarga cenderung memiliki kinerja yang lebih unggul daripada perusahaan non keluarga karena anggota keluarga cenderung memiliki komitmen yang lebih tinggi pada perusahaan karena mereka cenderung ingin mempertahankan perusahaan agar dapat diwariskan kepada generasi-generasi berikutnya.

Perusahaan keluarga memiliki berbagai macam jenis, berbagai macam jenis tersebut timbul dari berbagai komponen kontrol dan pengaruh perusahaan. Struktur kepemilikan pada perusahaan keluarga dapat berkisar dari pemegang saham besar tunggal untuk sejumlah investor kecil dengan banyak situasi yang berbeda diantara mereka (Sacristan-Navarro et al., 2015). Struktur kepemilikan

perusahaan keluarga dan distribusi kepemilikan saham mengakibatkan distribusi kekuasaan diantara pemegang saham dapat menentukan sejauh mana kendali dan pengaruh keluarga dan oleh karena itu lebih banyak keuntungan sosioemosional misalnya keuntungan finansial. Rugman dan Verbeke (1998) menunjukkan bahwa tekanan pemegang saham memainkan peran penting dalam pengembangan rencana lingkungan perusahaan dan Lopez-de-Foranda (2011) menemukan bahwa semakin besar pemegang saham saham utama lainnya atau kepemilikan institusional, semakin banyak kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan.

f. Investor asing

Struktur kepemilikan pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu kepemilikan tersebar yang dikarakteristikan oleh perusahaan di negara-negara *common law* (Amerika dan Inggris) dan kepemilikan terkonsentrasi yang dikarakteristikan oleh perusahaan yang termasuk ke dalam negara-negara berkembang (Indonesia dan India).

Kepemilikan asing merupakan presentase jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh investor asing. Menurut Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pada pasal 1 angka 6 kepemilikan asing adalah perseorangan warga negara asing, badan usaha asing, dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia (Nuraini, 2016). Dalam penelitian ini Investor

asing adalah orang perorangan atau lembaga non domestik yang melakukan suatu investasi baik dalam jangka pendek ataupun panjang dimana dikreteriakan investor asing memiliki aham lebih dari 5 %

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Cabeza-garcía et al., 2017)	Variabel dependen : CSR disclosure Variabel independen : <i>family ownership, family governance, second shareholder, shareholder identity</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>family ownership, family governance, second shareholder, shareholder identity</i> berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR
2.	(Campopiano & Massis, 2014)	Variabel dependen : pengungkapan CSR Variabel independen : kepemilikan keluarga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
3.	(Le Breton-Miller, Miller, 2016)	Variabel dependen : pengungkapan CSR Variabel independen : Kepemilikan keluarga	Hasil penelitian menunjukkan kepemilikan keluarga berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
4.	(Chin-Chen Yeh, Lopin Kuo, 2011)	Variabel dependen : pengungkapan CSR Variabel independen : kepemilikan institusional	Hasil penelitian menunjukkan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
5.	(Khan, Muttakin, & Siddiqui, 2013)	Variabel dependen : pengungkapan CSR Variabel independen : Investor Asing	Hasil penelitian menunjukkan investor asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Sumber: Kumpulan penelitian terdahulu

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh kepemilikan keluarga (CEO) terhadap pengungkapan CSR

Kepemilikan keluarga merupakan saham dimana dimiliki oleh anggota keluarga yang ada di dalam perusahaan tersebut. Kepemilikan keluarga adalah kepemilikan saham keluarga yang memiliki proporsi saham dominan atau lebih dari 25% (Cabeza-garcía et al., 2017). Dalam kriteria ini kepemilikan keluarga (CEO) yang dicari adalah dimana kendali dan pengaruh keluarga sebagai CEO (borneo dkk. 2012) dimana kepemilikan saham yang dimiliki CEO lebih dari 10%.

Kepemilikan keluarga sebagai CEO adalah Kepemilikan saham atau pemegang saham kendali dalam sebuah perusahaan keluarga yang masih merupakan anggota keluarga dari perusahaan keluarga tersebut yang mempunyai jabatan CEO. Kepemilikan saham yang dimiliki CEO yang merupakan anggota manajemen, pemegang saham mayoritas, pejabat atau berhubungan langsung dengan pemegang saham mayoritas dari suatu perusahaan tersebut. Dengan adanya kepemilikan keluarga (CEO) diharapkan dapat memberikan tekanan pada perusahaan untuk mengungkapkan *sustainability report* dalam rangka memastikan keselarasan antara keputusan dan tindakan perusahaan dengan nilai-nilai sosial dan legitimasi perusahaan (Ratnasari, 2011:9).

Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan

sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995 dalam Kirana, 2009). Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

Campopiano dan Massis (2015) membuktikan bahwa keluarga (CEO) mempunyai pengaruh positif terhadap CSR. Sejalan dengan penelitian Prado-Lorenzo (2009) menemukan bahwa keluarga sebagai CEO atau ketua akan meningkatkan kemungkinan bahwa perusahaan akan mengikuti pedoman GRI. erdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1. Kepemilikan keluarga (CEO) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

2. Pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR

Kepemilikan institusional adalah mereka yang mendaftarkan diri sebagai sebuah perusahaan dengan badan hukum seperti PT atau CV dengan berbagai jenis usaha dimana dalam penelitian ini investor institusional dikreteriakan memiliki saham lebih dari 5%. Kepemilikan institusional umumnya merupakan pemegang saham yang cukup besar karena memiliki pendanaan yang besar. Tingkat kepemilikan

institusional yang tinggi menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer.

Teori sinyal menekankan kepada pentingnya informasi dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi. Informasi merupakan catatan penting suatu perusahaan baik di masa lalu, saat ini maupun di masa yang akan datang. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut dan mengemukakan tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dan dalam hal ini adalah investor institusional.

Lopez-Iturriaga dan Lopez-de-Foronda membuktikan bahwa kepemilikan institusional mempunyai pengaruh positif terhadap CSR. Sejalan dengan penelitian (Chin-Chen Yeh, Lopin Kuo, 2011) juga mengemukakan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap CSR. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H2. Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

3. Pengaruh investor asing terhadap pengungkapan CSR

Investor asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) terhadap saham perusahaan di Indonesia. Selama ini kepemilikan oleh pihak asing merupakan pihak yang dianggap *concern*

terhadap pengungkapan CSR (Sari, 2014:6) dalam penelitian ini saham yang dimiliki investor asing lebih dari 5%.

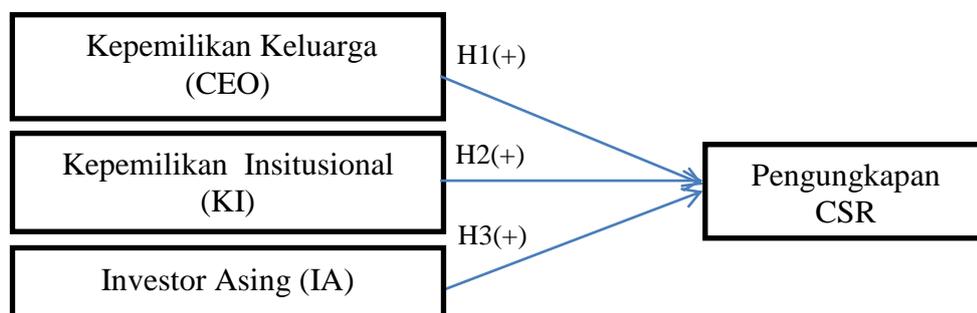
Teori sinyal menekankan kepada pentingnya informasi dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan catatan penting suatu perusahaan baik di masa lalu, saat ini maupun di masa yang akan datang. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut dan mengemukakan tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan.

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dan dalam hipotesis ini yang dimaksudkan adalah investor asing, dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pelaku pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut dan diterima oleh para pelaku pasar. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Jogiyanto, 2000). Sama halnya jika dikaitkan dengan hubungan kinerja dengan pengungkapan sosial atau lingkungan, yaitu jika suatu perusahaan memiliki kinerja finansial yang tinggi maka dapat memberikan sinyal positif bagi investor atau masyarakat melalui laporan keuangan atau laporan tahunan yang akan diungkapkan.

Investor asing sebagai pemegang saham terbesar kedua dipertimbangkan karena spesifisitas mereka. Studi yang berbeda menemukan bahwa kepemilikan investor asing memiliki efek positif pada tindakan CSR (Qi et al., 2011). Selain itu, pemegang saham asing diharapkan untuk tidak mendukung tingkat informasi yang lebih rendah dan oleh karena itu diharapkan untuk menuntut pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang lebih besar, seperti yang dilaporkan oleh Khan et al. (2013). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3. Investor Asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

D. Model Penelitian



Gambar 2
Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan sekunder yaitu data historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Website Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id, untuk mendapatkan data laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur dari tahun 2013-2017. Data penelitian ini diperoleh dari homepage IDX, untuk mendapatkan *softcopy* laporan keuangan dan *annual report* dari menu *issuer, financial report*.
2. Bahan literatur lainnya seperti buku dan data dari penelitian lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dimana sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kriteria yang telah disesuaikan dengan kebutuhan peneliti. Adapun kriteria *sample* yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang memenuhi variabel dalam penelitian ini selama periode 2013-2017

2. Melaksanakan program CSR. Perusahaan mencantumkan laporan *sustainability report*

Sedangkan kriteria perusahaan dapat dikatakan perusahaan keluarga jika telah melalui 3 tahap :

1. Kepemilikan di pegang keluarga
2. Keluarga ada di manajemen
3. Suksesi sudah dilakukan

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
1	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	<p>Pengungkapan Sosial adalah pengkomunikasian aktivitas keterlibatan sosial perusahaan dalam informasi keuangan maupun non-keuangan. Informasi mengenai Corporate Social Disclosure Index (CSDI) berdasarkan GRI yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari website www.globalreporting.org.</p> <p>Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk <i>item</i> yang tidak digunakan dan nilai 1 untuk <i>item</i> yang diungkapkan oleh perusahaan (Zulfi, 2014). Apabila perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR secara penuh maka nilai maksimal yang dicapai yakni 91.</p>	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$ <p>Keterangan: CSDI_j : Corporate Social Disclosure Index perusahaan j N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 91 (nilai maksimal) $\sum X_{ij}$: Jumlah total pengungkapan CSR oleh perusahaan</p> <p>1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan,</p> <p>Dengan demikian, $0 \leq CSDI_j \leq 91$</p>

Tabel 3.2
Lanjutan Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
2	Kepemilikan Keluarga (CEO)	<p>Kepemilikan keluarga merupakan saham dimana dimiliki oleh anggota keluarga yang ada di dalam perusahaan tersebut. Crama <i>et.a</i> 2003) mengemukakan bahwa perusahaan keluarga menghadapi konflik keagenan yang unik, seperti penguatan dan altruisme asimetris di antara anggota keluarga, yang mungkin memerlukan pendekatan tata pemerintahan khusus (Corbetta & Salvato, 2004). Kepemilikan keluarga adalah kepemilikan saham keluarga yang memiliki proposi saham dominan atau lebih dari 25% (Cabeza-garcía et al., 2017). Dalam kriteria ini kepemilikan saham keluarga yang dicari adalah dimana kendali dan pengaruh keluarga sebagai CEO (borneo dkk. 2012) dimana kepemilikan saham yang dimiliki CEO lebih dari 10%.</p>	<p>Kepemilikan Keluarga (CEO)</p> $\frac{\text{jumlah saham keluarga}}{\text{total saham yang beredar}}$
3	Kepemilikan Intitusional	<p>Kepemilikan institusional adalah mereka yang mendaftarkan diri sebagai sebuah perusahaan dengan badan hukum seperti PT atau CV dengan berbagai jenis usaha dimana dalam penelitian ini investor institusional dikreteriakan memiliki saham lebih dari 5% (Cabeza-garcía et al., 2017)</p>	<p>Kepemilikan Institusional</p> $= \frac{\text{jumlah saham investor institusional}}{\text{jumlah saham yang beredar}}$

Tabel 3.3
Lanjutan Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
4	Investor Asing	Investor asing merupakan presentase jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh investor asing, menurut Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pada pasal 1 angka 6 kepemilikan asing adalah perseorangan warga negara asing, badan usaha asing, dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia (Nuraini, 2016).	Investor Asing = $\frac{\text{jumlah saham investor asing}}{\text{jumlah saham yang beredar}}$

D. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif.

Analisis ini memberikan gambaran profil data sampel, penelitian menggunakan data deskriptif yang terdiri dari *mean*, deviasi standar, minimum dan maksimum. Menurut Umar (1999), *mean* merupakan nilai rata-rata dari sejumlah sampel yang menggambarkan perubahan rata-rata. Standar deviasi merupakan sebaran data dari populasi, semakin kecil standar deviasi maka semakin kecil sebaran data yang berarti nilai data semakin sama.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak dengan uji statistik non parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) (Ghozali, 2018). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 = data *residual* berdistribusi normal.

H_a = data residual tidak berdistribusi normal.

Regresi yang memiliki distribusi data residual normal apabila hasil dari uji K-S memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$). Apabila data yang diperoleh terdistribusi tidak normal maka harus dilakukan adalah dengan mentransformasikan data tersebut agar menjadi normal. Menurut Ghozali (2018), untuk menormalkan data, maka terlebih dahulu mengetahui moderat *positive skewness*, *substansial positive skewness*, *severe positive skewness* sehingga dapat menentukan bentuk transformasi data.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikoloniaritas bertujuan untuk menguji model regresi apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Menurut Ghozali (2018), multikolinearitas dapat dilihat dari dua aspek yaitu nilai *tolerance* dan lawannya

variance inflaton factor (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cuttof* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Penelitian ini menggunakan nilai *tolerance* 0,10 sehingga tingkat kolinearitas yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,90.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018) mengemukakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Model uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejer. Menurut Ghozali (2018), jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Menurut Ghozali (2018) untuk mendeteksi autokorelasi digunakan

uji *Durbin Watson* (*DW test*). Uji *Durbin Watson* banyak dipergunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya intersep dalam model regresi dan tidak ada autokorelasi lagi antara variabel bebas, yang ditunjukkan dengan nilai *Durbin Watson* diantara nilai du dan $4-du$ ($du < dw < 4-du$). Kriteria ada tidaknya autokorelasi dapat diketahui sebagai berikut (Ghozali, 2018) :

- 1) Batas atas ($du < DW < (4-du)$), maka koefisien autokorelasi $\rho = 0$ yang berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif
- 2) Nilai DW (batas atas atau Lower Dond (dl)), maka koefisien autokorelasi > 0 , ada autokorelasi positif
- 3) Nilai $DW > (4-dl)$, maka ada autokorelasi negatif
- 4) Nilai $du < DW < dl$ atau $(4-du) < DW < (4-dl)$, tidak dapat disimpulkan.

Apabila hasil analisis terdapat autokorelasi, maka untuk mengobati terjadinya autokorelasi dengan cara :

- 1) Menentukan autokorelasi yang terjadi merupakan *pure autocorrelation* dan bukan karena kesalahan spesifik model regresi. Pola residual dapat terjadi karena adanya kesalahan spesifik model yaitu ada variabel penting yang tidak dimasukkan kedalam model atau dapat juga karena bentuk fungsi persamaan regresi tidak benar.

- 2) Jika terjadi adalah *pure autocorrelation*, maka solusi autokorelasi adalah dengan mentransformasikan model awal menjadi model *difference*.

E. Pengujian Hipotesis

1. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen kepemilikan keluarga, kepemilikan institusional dan investor asing dengan variabel dependen pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah sebagai berikut:

$$\text{CSR} = \alpha + \beta_1 \text{KK} + \beta_2 \text{KI} + \beta_3 \text{IA} + e$$

Keterangan:

CSR = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
 α = Konstanta
 β = Koefisien Regresi
 K = Kepemilikan Keluarga (CEO)
 KI = Kepemilikan Institusional
 IA = investor asing

2. Uji R² (Koefisien Determinasi)

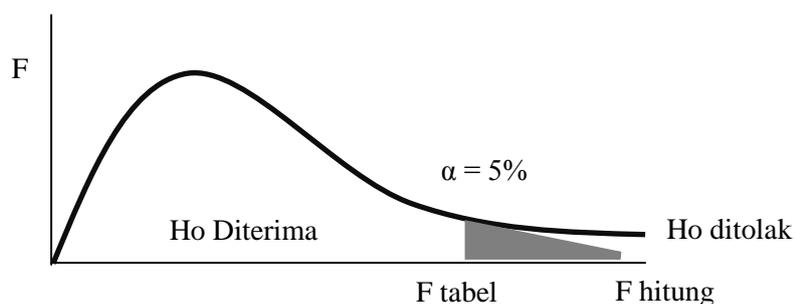
Uji Koefisien Determinasi (Uji R²) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Menurut Ghazali (2018), nilai R² yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R² yang hampir mendekati satu mengandung arti bahwa

variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

3. Uji F (*Goodness of Fit Test*)

Uji statistik F menurut (Ghozali, 2018) bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau menguji kelayakan model (*goodness of fit*). Pengujian F tabel dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 5%, dan pengujian dilakukan dengan kriteria:

- a. Apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, atau $p\text{-value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti model yang digunakan bagus (*fit*).
- b. Apabila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, atau $p \text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a tidak diterima, yang berarti model yang digunakan tidaklah bagus (*no fit*).



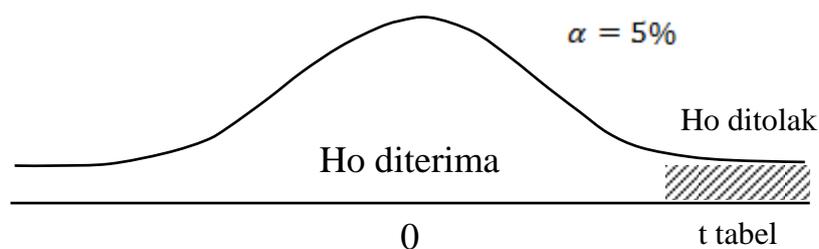
Gambar 3.1
Penerimaan Uji F

4. Uji t

Pengujian koefisien dilakukan guna mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pengujian dilakukan dengan kriteria:

- a. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, atau $p\text{-value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara statistik data yang ada mampu membuktikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, atau $p\text{-value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti secara statistik data yang ada tidak mampu membuktikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2
Penerimaan Hipotesis Positif

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini menguji pengaruh kepemilikan keluarga (CEO), kepemilikan institusional dan investor asing terhadap pengungkapan CSR. Objek penelitian ini adalah perusahaan keluarga sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 7 perusahaan selama 5 tahun menjadi 35 sampel. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga (CEO), Investor institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR sedangkan Investor asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Sampel penelitian ini hanya sebatas menggunakan perusahaan keluarga sektor manufaktur saja, sehingga sampel dinilai kurang mewakili seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yaitu kepemilikan keluarga (CEO), kepemilikan institusional, dan investor asing sehingga masih kurang mencerminkan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

C. Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperluas sampel penelitian tidak hanya satu subsektor tetapi seluruh perusahaan yang ada di BEI.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis praktik CSR yang berbeda berkenaan dengan efeknya dalam komunitas terdekat dengan keluarga dan pemegang saham lainnya. Dan menentukan bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Fernando. 2017. Pengaruh Struktur Kepemilikan Managerial, Institusional Dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jom Fisip*, 4 No.2(130113855).
- Amann, B., Jaussaud, J., & Martinez, I. 2012. Corporate social responsibility in Japan: Family and non-family business differences and determinants. *Asian Business & Management*, 11(3), 329–345.
- Amelia, M. V., & Pratomo, Dudi, K. 2017. Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Dengan Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak, 4(2), 1510–1515.
- Anderson, R. C., & Reeb, D. M. 2003. Founding Family Ownership and Firm Performance: Evidence from the S & P 500. *The Journal of Finance*, 58(3), 1301–1328.
- Andres, C. 2008. Large shareholders and firm performance—An empirical examination of founding-family ownership. *Journal of Corporate Finance*, 14, 431–445
- Aprianto, R. 2015. Proporsisi Hukum Antara Surat Edaran BI Nomor 13/28/DPNP perihal Penerapan Strategi ANti Fraud Bagi BU dengan Peraturan BI Nomor 11/25/2009 Tentang Penerapan Manajemen Risiko. *Privat Law*, 7(1), 7–27.
- Astrachan, C., Ferguson, K., Pieper, T., & Astrachan, J. 2017. Family business goals, corporate citizenship behaviour and firm performance: *Disentangling the connections*. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 16(1/2), 34–56.
- Avda, O. 2011. Large Shareholders' Combinations In Family Firms. *prevalence and performance effects*, 2, 1–42.
- Barnea, A., & Rubin, A. 2010. Corporate Social Responsibility As A Conflict Between Shareholders. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 71–86.
- Berrone, P., Cruz, C., & Gomez Mejia, L. R. 2012. Socioemotional Wealth In Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches And Agenda For Future Research. *Family Business Review*, 25, 258–279.
- Block, J., & Wagner, M. 2014a. The Effect Of Family Ownership On Different Dimensions Of Corporate Social Responsibility: Evidence from large US firms. *Business Strategy and the Environment*, 23, 475–492.

- Block, J., & Wagner, M. 2014b. Ownership Versus Management Effects On Corporate Social Responsibility Concerns In Large Family And Founder Firms. *Journal of Family Business Strategy*, 5, 339–346.
- Cabeza-garcía, L., Sacristán-navarro, M., & Gómez-ansón, S. 2017. Journal Of Family Business Strategy Family Involvement And Corporate Social Responsibility Disclosure. *Journal of Family Business Strategy*, 8(2), 109–122. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2017.04.002>
- Campden FB. 2012. Top family businesses in Europe 2012. <http://www.campdenfb.com/article/top-100-family-businesses-europe-1>.
- Campopiano, G., & Massis, A. De. 2014. Corporate Social Responsibility Reporting: A Content Analysis in Family and Non-family Firms. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2174-z>
- Campopiano, G., & Massis, A. 2015. Corporate Social Responsibility Reporting: A Content Analysis In Family And Non-Family Firms. *Journal of Business Ethics*, 129(3), 511–534.
- Chen, S., Chen, X., & Cheng, Q. 2008. Do Family Firms Provide More Or Less Voluntary Disclosure. *Journal Of Accounting Research*, 46(3), 499–536.
- Chin-Chen Yeh, Lopin Kuo, and H.-C. Y. 2011. Disclosure of Corporate Social Responsibility and Value Creation: Evidence from China.
- Claessens, S., Djankov, S., & Lang, L. 2000. The separation of ownership and control in East Asian corporations. *Journal Of Financial Economics*, 58, 81–112.
- Claessens, Stijin; Djankov, Simeon; Fan, Joseph; dan Lang, Larry. 2000b. “Expropriation of Minority Shareholders: Evidence from East Asia. Policy Research Working Paper 2088, The World Bank.
- Claessens, Stijin; Djankov, Simeon; dan Lang, Larry H.P. 2000a. “The Separation of Ownership and Control in East Asian Corporations.” *Journal of Financial Economics*. Vol. 58: 81-112.
- Cuadrado Ballesteros, B., Rodríguez-Ariza, L., & García-Sánchez, I. M. 2015. The role of independent directors at family firms in relation to corporate social responsibility disclosures. *International Business Review*, 24, 890–901.
- Deegan. C, Rankin. M, Tobin. J. 2002. An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability*. Vol. 15, No 3, pp 312343

- Dyer, W. G., & Whetten, D. A. 2006. Family firms and social responsibility: Preliminary evidence from the S & P 500. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(6), 785–802.
- Faccio, M., & Lang, L. 2002. The ultimate ownership of Western European corporations. *Journal of Financial Economics*, 65, 365–395.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Data Points, FFI 2016. <http://www.ffi.org/page/globaldatapoints>.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. 1995. Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8(2), 47–77.
- Haniffa, R.M. dan T.E. Cooke. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy* 24, pp. 391-430.
- Johnson, R. A., & Greening, D. W. 1999. The effects of corporate governance and institutional ownership types on corporate social performance. *Academy of Management Journal*, 42(5), 564–576.
- Khan, A., Muttakin, M. B., & Siddiqui, J. 2013. Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures : Evidence from an Emerging Economy, 207–223. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1336-0>
- La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. 1999. Corporate ownership around the world. *The Journal of Finance*, 54, 471–517.
- López-Iturriaga, F., & López-de-Foronda, O. 2011. Corporate social responsibility and reference shareholders: An analysis of European multinational firms. *Transnational Corporations Review*, 3(3), 1–11.
- Ndemanga, DA., & Koffi, ET. 2009. Ownership structure, industry sector and corporate social responsibility (CSR) practices The case of Swedish listed companies. Master of Science in Accounting, Master Degree Project No. 2009:31.
- Nuraini, S. 2016. Pengaruh Kepemilikan Saham Institutional Dan Asing Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi.
- O' Donovan, G. 2002. “Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory”. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 15.No. 3. pp. 344-371

- Oh, W. Y., Chang, Y. K., & Martynov, A. 2011. The effect of ownership structure on corporate social responsibility: Empirical evidence from Korea. *Journal of Business Ethics*, 104(2), 283–297.
- Prado-Lorenzo, J. M., Gallego Alvarez, I., & Garcia-Sanchez, I. M. 2009. Stakeholder Engagement And Corporate Social Responsibility Reporting: The Ownership Structure Effect. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(2), 94–107.
- Rugman, A. M., & Verbeke, A. 1998. Corporate strategy and international environmental policy. *Journal of International Business Studies*, 29(4), 819–833.
- Rustiarini, N. W. 2008. Pengaruh struktur kepemilikan saham pada pengungkapan.
- Sacristán-Navarro, M., Cabeza-García, L., & Gómez-Ansón, S. 2015. The company you keep: the effect of other large shareholders in family firms. *Corporate Governance: An International Review*, 23(3), 216–233.
- Salvato, C., & Aldrich, H. E. 2012. That’s interesting! in family business research. *Family Business Review*, 25, 125–135.
- Setyawan, W. T. U. dan H. 2015. Pengaruh Kepemilikan Keluarga terhadap Tindakan Pajak Agresif dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013. *Public Choice*, 2 No. 1(2004), 363–380. <https://doi.org/10.1007/s11127-006-9092-2>
- Soga, Noholo, P. 2015. Pengaruh Struktur Kepemilikan Asing Dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Kasus Pada Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Gorontalo, 1–12.
- Succession planning. (2009). Family Business Institute
- Sundarasan, S., Je-Yen, T., & Rajangam, N. 2016. Board composition and corporate socialresponsibility in an emerging market. *Corporate Governance*, 16(1), 35–53.
- Susanto, A.B. 2005. World class family business. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen (PT Mizan Pustaka).
- Uhlaner, L., vanGoor-Balk, A., & Masurel, E. 2004. Family business and corporate social responsibility in a sample of Dutch firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(2), 186–194.
- Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007

Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007

Wahyudi, I., & Azheri, B. 2008. *Corporate social responsibility: Prinsip, pengaturan*

<http://www.idx.co.id>