

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility

Gladhistani Renata

*Accounting Department, Bunda Mulia University, Jakarta Utara,
DKI Jakarta, Indonesia*

Devica Pratiwi

*Accounting Department, Bunda Mulia University, Jakarta Utara,
DKI Jakarta, Indonesia*

Original Research

Received 1 Nov 2023

Revised 15 Nov 2023

Accepted 30 Nov 2023

*Additional information at the end
of the article*



Abstract: The purpose of this study is to examine the influence of the Size of the Board of Commissioners, Sales Growth and Company Size on the Corporate Social Responsibility of the raw material sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2020-2022. The population used in this study is companies listed in the raw goods sector on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2022. The sample was selected by purposive sampling technique and obtained 85 companies out of a total of 105 companies. The data analysis method used is a quantitative method using multiple linear regression analysis and using SPSS 26 software. The size of the Board of Commissioners and the size of the company have an influence on CSR. Meanwhile, sales growth has no effect on CSR. The size of the board of commissioners, sales growth and company size had an influence of 40.8% on CSR, while 59.2% was influenced by other factors outside this study.

Keywords: corporate social responsibility, size of board commissioner, sales growth, and company size

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Sales Growth dan Ukuran perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility sektor barang baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar sektor barang baku pada Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. Sampel dipilih dengan teknik purposive sampling dan diperoleh 85 perusahaan dari total 105 perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan software SPSS 26. Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap CSR. Sedangkan sales growth tidak berpengaruh terhadap CSR. Ukuran dewan komisaris, sales growth dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh sebesar 40,8% terhadap CSR, sedangkan 59,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: tanggung jawab sosial, ukuran dewan komisaris, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan

PENDAHULUAN

. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (yang lebih lanjut dikatakan CSR) dalam beberapa periode ke belakang ini menjadi hal yang penting dalam Masyarakat dan khalayak ramai dalam dunia usaha. Selain memperhatikan perolehan laba, perusahaan juga memiliki kewajiban untuk mengedepankan kemakmuran masyarakat sekitar dan turut andil dalam mendukung terjaganya ekosistem lingkungan. Hal ini menjadi fokus utama, dikarenakan sudah menjadi kebiasaan sebuah perusahaan dalam penggunaan sumber

daya alam dalam jumlah banyak, sehingga berpengaruh terhadap keseimbangan ekosistem dikarenakan dampak dari kerusakan alam dan yang berpengaruh negatif terhadap kehidupan Masyarakat. Perusahaan pada umumnya mengutamakan tanggung jawab kepada para petinggi di sebuah perusahaan seperti pemilik atau investor, namun kurang memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat menyebabkan banyaknya respon negatif yang mungkin timbul dari pihak di luar perusahaan yang merupakan dampak dari operasional perusahaan. Maka dari itu perusahaan perlu menyikapi risiko tersebut agar tidak berdampak negatif terhadap perusahaan dan mencemarkan nama baik perusahaan di masa mendatang (Ersyafdi & Irianti, 2022).

CSR bukanlah sebuah konsep baru dan kini sudah terintegrasi di setiap bidang bisnis. CSR dapat dikatakan sebagai keterkaitan antara masyarakat dan perusahaan. Dimana perusahaan memiliki tanggung jawab terkait hasil dari bisnis perusahaan mereka dan hasil operasi yang dilakukan terhadap masyarakat. Perusahaan yang terlibat dalam pengungkapan CSR memerlukan Tindakan yang ditargetkan pada komunitas, seperti: donasi, kegiatan amal dan memelihara ekosistem lingkungan. Perusahaan juga dapat berinvestasi dalam pembangunan secara sosial produk dan layanan yang bertanggung jawab sehingga membantu mengurangi dampak negatif pada ekosistem alam. Perlakuan adil terhadap sesama karyawan, peluang bagi masyarakat untuk bekerja dalam sebuah perusahaan dan penghormatan terhadap hak asasi manusia termasuk ke dalam implementasi CSR (Adel et al., 2019).

Fenomena yang peneliti angkat adalah terkait dengan banyaknya pengungkapan CSR sebuah perusahaan di dalam laporan tahunan (annual report). Perusahaan barang baku merupakan perusahaan high-profile. Peneliti ingin mengetahui seberapa banyak pengungkapan CSR dan apa saja yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Berdasarkan pada laporan tahunan (annual report), perusahaan-perusahaan ini banyak mengungkapkan terkait dengan GRI 303: Air & Efluen 2018, GRI 306: Limbah 2020, GRI 403: Kesehatan & Keselamatan kerja 2018, GRI 404: Pelatihan & Pendidikan 2016 dan GRI 413: Masyarakat Setempat 2016. Menurut Zulhaimi & Nuraprianti (2019) ukuran dewan komisaris mempengaruhi pengungkapan CSR, apabila terdapat jumlah anggota dewan komisaris dalam firma, tentu berpengaruh terhadap proses pengawasan dimana memudahkan pengendalian manajerial dalam mengaplikasikan CSR secara menyeluruh. Sebagian besar perusahaan dalam skala nasional/internasional cenderung melakukan pengungkapan lebih banyak informasi, karena dukungan stakeholder dapat mempengaruhi kesejahteraan perusahaan. (Sumaryono & Asyik, 2017 dalam Zulhaimi & Nuraprianti, 2019). Dengan banyaknya aktivitas dalam sebuah perusahaan maka para stakeholder lebih mengedepankan kegiatan sosial dalam sebuah perusahaan sehingga pengungkapan CSR dapat lebih banyak lagi. (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019).

TINJAUAN PUSTAKA

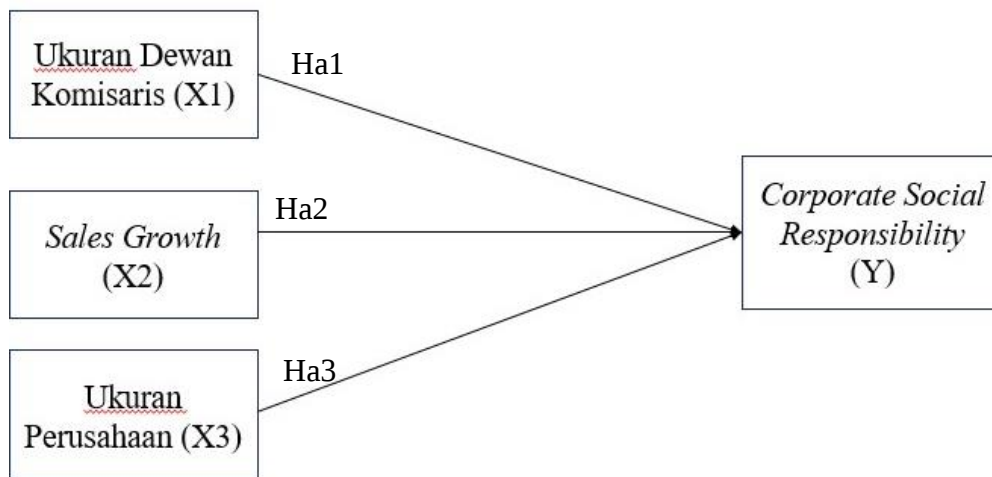
Teori legitimasi adalah konstruksi teoritis yang digunakan untuk memberikan penjelasan yang terkait dengan aksi organisasi didalam penerapan dan pengembangan pemaparan penjelasan kemasyarakatan dan lingkungan dalam rangka melaksanakan kegiatan kemasyarakatan yang bertujuan untuk diakui eksistensinya demi keberlangsungan hidup masyarakat dalam lingkungan yang kurang stabil secara sukarela. Teori legitimasi selaku dasar teori pada

penelitian ini karena persoalan CSR adalah instrumen yang dapat digunakan untuk menghilangkan legitimacy gap yaitu ketimpangan lebih kurang yang direbut perusahaan dari kekayaan yang ada (alam, masyarakat, karyawan) dengan peran serta dalam memperhatikan keberlanjutan kekayaan tersebut (Lindawati & Puspita, 2015 dalam Setiawan et al. 2021).

Pengungkapan CSR menjadi poin yang ada, berisi program yang terkait dengan penjagaan relasi jaringan elit perusahaan dengan melakukan pemberian data yang bersangkutan dengan keterampilan perusahaan dalam perspektif ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan adanya pengungkapan CSR dinantikan pemberian data yang diinginkan para pemangku kepentingan perusahaan. (Sumaryono & Asyik, 2017 dalam Zulhaimi & Nuraprianti, 2019). Didalam pengelolaan bisnis, para pengelola lapangan pekerjaan mencita-citakan bisnisnya untuk terus mengalami keberlanjutan. Kelanjutan sebuah bisnis berkenaan dengan perhatian perusahaan terhadap bernilainya responsibilitas sosial firma yang dipahami sebagai Corporate Social Responsibility (CSR). Sedangkan, Dewan komisaris merupakan elemen perusahaan yang berperan aktif terlibat melakukan kontrol dan pemberian tugas kepada manajer dengan nama para stakeholder serta menegaskan seluruh tanggung jawab perusahaan sudah dijalankan bersama-sama sesuai dengan keperluan stakeholder (Sebastian & Handojo, 2019).

Perusahaan yang mengejar strategi pertumbuhan berpotensi pada posisi yang strategis untuk menghasilkan nilai dengan CSR. Pertumbuhan ekonomi secara luas akan mempengaruhi kemauan untuk berinvestasi dan berinovasi yang pada hakikatnya menimbulkan nilai lebih untuk mendorong permintaan kepada barang dan jasa. Pertumbuhan Industri dimana suatu Perusahaan beroperasi akan meningkatkan nilai perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Pertumbuhan di Tingkat perusahaan pada akhirnya akan mendorong kinerja perusahaan. Lima factor penting dalam inovasi dan pertumbuhan teknologi: (1) peluang teknologi, (2) insentif untuk memanfaatkan peluang, (3) kemampuan perusahaan untuk mencapai perubahan, (4) organisasi dan (5) kondisi kelayakan. (Maury, 2022). Menurut Maria Ulfa (2009) di dalam penelitian Wijaya (2019) mengemukakan kalau jenjang pertumbuhan perusahaan bisa diasumsikan dengan pertumbuhan penjualan (sales growth) perusahaan. Perusahaan bila meraup keuntungan signifikan maka memiliki pertumbuhan dalam jumlah yang besar. Dapat diduga dengan pertumbuhan yang signifikan akan mengarah ke pengungkapan CSR secara menyeluruh.

Perusahaan yang memiliki penjualan dalam taraf yang stabil akan lebih baik dalam memperoleh pinjaman dan membiayai pembebanan yang lebih banyak jika dibuat perbandingan terhadap perusahaan yang penjualannya kurang konsisten. Sehingga dapat ditarik kesimpulan sales growth adalah transformasi penjualan pada laporan keuangan tahunan yang mempresentasikan sudut pandang perusahaan dan laba yang akan di dapat pada masa mendatang. (Pratama, 2023). Dalam penyelidikan beberapa aspek yang terkait dengan CSR, klasifikasi perusahaan juga perlu dimasukkan ke dalam analisis dengan tujuan agar peneliti mengetahui pentingnya pengelompokkan yang ada terkait dengan ukuran perusahaan. Usaha Mikro & Usaha Kecil memiliki beberapa klasifikasi dalam perspektif yang baik dalam terlaksananya CSR internal perusahaan. Usaha sedang dan Usaha besar memiliki beberapa klasifikasi yang dapat menunjang hubungan antara perusahaan dengan masyarakat terkait dengan pengaplikasian CSR (Çera et al., 2020).



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Menurut penelitian Herizona & Yuliana (2021) Ukuran Dewan Komisaris mempunyai pengaruh kepada CSR, sehingga kuantitas dewan komisaris sebuah perusahaan memiliki pengaruh yang besar terhadap CSR. Dewan komisaris sebagai interpretasi para investor dengan otoritas yang dimilikinya dapat mengambil langkah pengungkapan CSR dan memonitori aktivitas sebuah perusahaan. Dimana seiring dengan pendapat (Tarigan et al., 2020) yang menuturkan ukuran dewan komisaris mempengaruhi CSR, maka ukuran dewan komisaris yang meningkat akan mengedepankan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Bila didalam Perusahaan terdapat dewan komisaris akan secara luas mengungkapkan di laporan tahunan & laporan keberlanjutan, sehingga perusahaan dapat memegang komitmen kepada semua elemen yang terkait. Penelitian Jurnal & Manurung (2023) juga mengemukakan kalau ukuran dewan komisaris mempunyai dampak terhadap CSR, dimana membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris di sebuah perusahaan mampu mengendalikan manajemen dalam melakukan pengungkapan CSR. Dewan komisaris memiliki kekuasaan dan kapasitas yang besar untuk mengamati berbagai kegiatan sosial sebagai pelaksanaan dari perusahaan. Berdasarkan uraian dan analisa telah lalu, diinterpretasikan hipotesis dengan keterangan:

Ha1: Ukuran Dewan Komisaris (X1) memberikan dampak terhadap pengungkapan CSR (Y)

Menurut penelitian Ayem & Nuwa (2021) *sales growth* mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dalam pengungkapan CSR dibutuhkan biaya yang tinggi, percepatan pertumbuhan penjualan akan mempengaruhi kapabilitas perusahaan untuk mendanai kegiatan tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wirghayani (2020) karena perusahaan yang berkembang mendapat atensi yang besar menyebabkan peluang pengungkapan CSR semakin besar. Dengan kata lain perusahaan yang terus berkembang sejalan dengan laba yang menjanjikan dan menarik minat untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian dari (Hunafahet al., 2022) juga mengungkapkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap CSR. Hasil dari penelitian ini mengadopsi teori *stakeholder* diungkapkan bila semakin berkembang perusahaan maka menarik atensi *stakeholder* untuk mengungkapkan kewajiban sosial perusahaan. Berdasarkan uraian dan kesimpulan penelitian sebelumnya, dijabarkan hipotesis dengan keterangan:

Ha2: *Sales Growth* (X2) mempengaruhi pengungkapan CSR (Y)

Menurut Dewanti & Afif (2022) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh kepada CSR, karena perusahaan maju mengelola anggaran dengan baik untuk seluruh aktivitas perusahaan, menyangkut program CSR, dimana mencakup pengungkapan CSR secara kompleks. Berbanding lurus dengan pendapat (Imanuel et al., 2022) menyatakan ukuran perusahaan mempengaruhi CSR. Artinya nilai ukuran perusahaan yang dominan maka CSR yang diungkapkan bertambah besar, karena perusahaan maju akan menjadi sorotan masyarakat. Penelitian (Juwono & Mayangsari, 2022) juga mengemukakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap CSR, dimana firma dengan anggaran besar mampu meningkatkan produktivitas sehingga dapat menaikkan citra perusahaan. Ukuran perusahaan berpotensi mempengaruhi CSR, perusahaan yang besar memperoleh tanggungan perusahaan yang lebih tinggi, cakupan informasi akan lebih luas. Perusahaan dengan ukuran maju punya standar melakukan pengungkapan CSR optimal. Praktik pengungkapan CSR juga dapat mendukung program pemerintah. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian sebelumnya, dijabarkan hipotesis dengan keterangan:

Ha3: Ukuran Perusahaan (X3) mempengaruhi pengungkapan CSR (Y)

METODOLOGI PENELITIAN

Subjek yang ditetapkan didalam penelitian meliputi firma sektor barang baku yang teregistrasi pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022. Alasan peneliti memilih subjek ini karena sektor barang baku tergolong dalam kelompok perusahaan high-profile yang dapat dikatakan sebagai fondasi dari perekonomian Indonesia dengan banyaknya penjelasan yang akan diperoleh. Sepak terjang pada perusahaan sektor barang baku bersangkutan dengan alam dan lingkungan sosial, sehingga target perusahaan untuk lingkungan dan sosial harus dilaksanakan sesuai dengan pengungkapan CSR-nya. Sehingga menurut peneliti, sektor barang baku dapat menjadi kategori sektor yang tepat dalam penelitian ini. Penelitian berfokus pada Ukuran Dewan Komisaris, Sales Growth & Ukuran Perusahaan. :Laporan tahunan perusahaan (Annual Report) tahun 2020-2022 sebagai objek dari penelitian berikut. Alasan peneliti menggunakan laporan tahunan karena laporan tahunan merupakan dokumen yang memuat informasi yang diperlukan oleh peneliti, yaitu Ukuran Dewan Komisaris, Sales Growth & Ukuran Perusahaan.

Data sekunder dapat dipakai sebagai sumber data pelengkap penelitian kuantitatif. Menetapkan data sekunder berbentuk Laporan Tahunan (Annual Report) perusahaan-perusahaan tercantum di sektor barang baku Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 yang terdapat dalam situs resmi BEI yaitu Indonesia Stock Exchange (IDX). Dalam kajian berikut sumber data merupakan perusahaan yang teregistrasi di sektor barang baku Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2022. Penelitian memakai kajian Ukuran Dewan Komisaris, Sales Growth, Ukuran Perusahaan.& CSR.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Pengukuran	Skala
Y= CSR	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{1j}}{N_j}$ (Setiawan <i>et al</i> ,2021), (Cristofel & Kurniawati,2021), (Santo & Rahayuningsih,2022)	Rasio
X1: Ukuran Dewan Komisaris	$DK = \sum \text{Dewan Komisaris Perusahaan}$ (Dewanti & Afif,2022), (Jurnali & Manurung,2023), (Zulhaimi & Nuraprianti,2019)	Rasio
X2: Sales Growth	$SG = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}}$ (Santo & Rahayuningsih,2022), (Dewanti & Afif,2022), (Wirghayani & Sapari,2019)	Rasio
X3: Ukuran Perusahaan	$\text{Size} = \ln (\text{Total Asset})$ (Saputra,2020), (Zulhaimi & Nuraprianti,2019), (Setiawan <i>et al</i> ,2021)	Rasio

Metode analisis yang digunakan meliputi: (1) statistic deskriptif; (2) uji asumsi klasik; (3) uji normalitas; (4) uji multikolioneritas; (5) uji hetroeroskedastitas; (6) uji autokorelasi; (7) uji regresi linear berganda; (8) uji adjusted R square; (9) uji F; (10) uji t dengan menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini dipaparkan analisa mengenai hasil serta gambaran dari hasil pengujian penelitian yang diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS 26.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>					
	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std Deviation</i>
CSR	138	0,08547	0,38462	0,1752756	0,07444842
UDK	138	2,00	9,00	3,8188	1,82135
SG	138	-0,93168	4,68222	0,1189331	0,58248630
Size	138	25,07900	32,04938	28,0939797	1,56159819
Valid N (listwise)	138				

Sumber: Data diolah dari SPSS 26, 2023

Tabel 3. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
<i>(Constant)</i>	-8,162	0,000
UDK	-4,939	0,000
SG	-0,132	0,895
Size	9,663	0,000
a. Dependen variable: CSR		

Sumber: Data diolah dari SPSS 26, 2023

Setelah dilakukan analisa penelitian untuk uji t diketahui dimana variabel ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan terdapat pengaruh terhadap pengungkapan CSR, berbanding terbalik dengan variabel sales growth tidak terdapat pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Dilihat menurut analisa uji t dari variabel Ukuran Dewan Komisaris (UDK) memberikan nilai signifikansi sebanyak 0,000. Hasil berikut menampakkan besaran nilai sig. dari variabel Ukuran Dewan Komisaris $< 0,05$ yang artinya Ukuran Dewan Komisaris berdampak kepada pengungkapan CSR. Jadi disimpulkan dimana hipotesis pertama diterima. Variabel Ukuran Dewan Komisaris secara simultan terdapat pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Maka dari hal berikut, banyaknya dewan komisaris dapat menjadi acuan untuk mendorong perusahaan dalam melakukan banyak pengungkapan CSR. Sesuai dengan tugasnya, dewan komisaris memiliki keahlian dan kekuasaan dalam mengamati berbagai kegiatan sosial dan aktivitas manajemen, maka banyaknya ukuran dewan komisaris juga mampu mengendalikan manajemen dalam melakukan pengungkapan CSR. Banyaknya dewan komisaris juga menunjukkan keberagaman Pendidikan dan pengalaman, sehingga lebih besar juga keterlibatan mereka dalam pengungkapan CSR di sebuah perusahaan. Hal ini sebanding dengan teori legitimasi, dimana kerjasama antara dewan komisaris dengan masyarakat luas dalam

pengungkapan CSR akan membantu perusahaan tersebut diterima oleh masyarakat. Dewan komisaris juga dapat meningkatkan transparansi terkait dengan pemeliharaan manajemen dalam pengungkapan CSR. Hasil dari penelitian ini berbanding lurus dengan hasil penelitian (Tarigan & Adisaputra, 2020) & (Jurnali & Manurung, 2023). Namun sebaliknya, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019), dimana penelitian ini menyatakan bahwa Ukuran Dewan Komisaris tidak punya dampak terhadap pengungkapan CSR. Karena dengan banyaknya anggota dewan komisaris dalam sebuah perusahaan tidak dapat menjadi tolak ukur bahwa manajemen melakukan pengungkapan CSR. Jumlah dewan komisaris lebih dilihat pada nilai dan kepercayaan yang diterima dalam firma.

Hasil uji t dari variabel Sales Growth (SG) besaran nilai signifikansi sebesar 0,414. Hasil ini menggambarkan nilai sig. dari variabel Sales Growth $\geq 0,05$ yang artinya Sales Growth tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Maka dapat disebutkan hipotesis kedua ditolak. Variabel Sales Growth secara simultan tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Melalui hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa ada atau tidaknya sales growth tidak berpengaruh kepada pengungkapan CSR. Laporan terkait dengan CSR dalam sebuah perusahaan bersifat wajib dimana artinya perusahaan selalu menjaga hubungan harmonis dengan para stakeholder. Peningkatan penjualan dalam sebuah perusahaan dapat menyebabkan reaksi yang signifikan dari masyarakat luas, kemudian dapat berefek secara langsung berubah tekanan pada perusahaan tetapi tidak ada jaminan untuk perusahaan akan lebih memilih untuk melakukan pengungkapan informasi yang terkait dengan CSR. Berbanding lurus dengan hasil analisa (Dewanti & Afif, 2022) beserta penelitian (Putri & Yuliandhari, 2020). Namun sebaliknya berbeda dengan analisa (Ayem & Nuwa, 2021) memberikan suatu pernyataan bahwa Sales Growth memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sales growth dapat dikatakan sebagai perwujudan dari kebijakan untuk melakukan investasi yang berhasil pada periode sebelumnya dan dapat ditetapkan sebagai acuan peningkatan di periode selanjutnya. Laju pertumbuhan penjualan dapat memberikan dampak secara keseluruhan untuk tetap mengambil kebijakan menaikkan atau mempertahankan nilai dari keuntungan sebagai sumber dana untuk periode mendatang.

Hasil uji t dari variabel Ukuran Perusahaan (size) menyatakan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil berikut memberikan gambaran bahwa nilai sig. dari variabel Ukuran Perusahaan $\leq 0,05$ yang disimpulkan Ukuran Perusahaan terdapat dampak terhadap pengungkapan CSR. Dimana ditarik kesimpulan hipotesis kedua ditolak. Variabel Ukuran perusahaan secara berbarengan memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil dari pengujian diatas menampilkan ulasan terkait perusahaan yang mempunyai aset besar cenderung seperti perusahaan barang baku akan memperoleh produktivitas yang lebih tinggi, yang membuat perusahaan dapat mengungkapkan CSR dengan skala yang lebih besar. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi CSR, dimana perusahaan yang dikategorikan high profile memiliki biaya perusahaan yang lebih tinggi, sehingga informasi yang disampaikan ke investor lebih banyak. Ukuran perusahaan secara signifikan memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR kearah positif. Semakin besarnya ukuran sebuah perusahaan, sistem

informasi pelaporan yang semakin terstruktur serta mampu memberikan berbagai informasi keuangan serta informasi lainnya sesuai kebutuhan investor. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang mengutarakan sebagai langkah penting bagi perusahaan untuk secara ekstra menerapkan norma-norma dan menjalankan peraturan yang menjadi budaya dari masyarakat supaya perusahaan dapat diterima di masyarakat luas. Pengungkapan CSR untuk semua perusahaan public menjadi hal yang wajib, dimana perusahaan dengan total aset yang besar wajib mengungkapkan CSR seluas-luasnya. Berbanding lurus dengan penelitian (Dewanti & Afif, 2022) beserta penelitian (Surono & Mayangsari, 2021). Sebaliknya penelitian tidak sejalan dengan (Ersyafdi & Irianti, 2022) yang mengemukakan ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR karena ukuran suatu perusahaan tidak menjadi satu poin penting bagi perusahaan untuk mengungkapkan CSR

KESIMPULAN

Mengacu pada hasil penelitian pada bab 4 terkait pengaruh ukuran dewan komisaris, sales growth dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan barang baku terdata di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022, ditarik kesimpulan berupa: (1) Pada hasil pengujian variabel ukuran dewan komisaris secara simultan menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, disebabkan variabel ukuran dewan komisaris memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR; (2) Pada hasil pengujian variabel sales growth secara simultan menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak, karena variabel sales growth tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR; (3) Pada hasil pengujian variabel ukuran perusahaan secara simultan menggambarkan hipotesis ketiga diterima, disebabkan variabel ukuran perusahaan memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Adel, C., Hussain, M. M., Mohamed, E. K. A., & Basuony, M. A. K. (2019). Is corporate governance relevant to the quality of corporate social responsibility disclosure in large European companies? *International Journal of Accounting and Information Management*, 27(2), 301–332. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-10-2017-0118>
- Ayem, S., To, R., & Nuwa, W. (2021). Pengaruh likuiditas, leverage dan sales growth terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 791–803. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Bouslah Abdelmajid Hmaittane Lawrence Kryzanowski Bouchra, K. M., & Molson, J. (n.d.). CSR structures: Evidence, drivers and firm-value implications.
- Çera, G., Belas, J., Marousek, J., & Çera, E. (n.d.). DO SIZE AND AGE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES MATTER IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY? <https://doi.org/10.14254/2071>
- Cristofel, C., & Kurniawati, K. (2021). PENGARUH ENTERPRISE RISK MANAGEMENT, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1). <https://doi.org/10.30813/jab.v14i1.2468>

- Hunafah, D. R., Zahwa, S. F., & Hasnawati. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, KEPEMILIKAN SAHAM PUBLIK DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR SELAMA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1615–1628. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14999>
- Imanuel, G., Deasy, S., & Rahayuningsih, A. (2022). KARAKTERISTIK PERUSAHAAN YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Vol. 24, Issue 1).<http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Juwono, S., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Koneksi Politik, Kepemilikan Keluarga Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 9(1), 1–26. <https://doi.org/10.25105/jat.v9i1.10357>
- Liang, H., & Renneboog, L. (2020). Corporate social responsibility and sustainable finance: A review Corporate social responsibility and sustainable finance: A review of the literature https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/7001
- Manajemen, J., & Keuangan, D. (n.d.). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Independensi Dewan Komisaris, dan Komite Audit terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. 10(1), 2021.
- Maury, B. (2022). Strategic CSR and firm performance: The role of prospector and growth strategies. *Journal of Economics and Business*, 118. <https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2021.106031>
- Saputra, W. S. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP INTELLECTUAL CAPITAL. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 13(1). <https://doi.org/10.30813/jab.v13i1.1967>
- Sari, P. P., & Pratiwi, R. D. (2023). Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Barang Baku Di Indonesia. *Perspektif Akuntansi*, 6(1), 74–93. <https://doi.org/10.24246/persi.v6i1.p74-93>
- Sebastian, B., & Handojo, I. (2019). PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP MANAJEMEN LABA (Vol. 21). <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Setiawan, T., Adriana, F., Pardomuan,), & Sihombing, R. (n.d.). KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE (CSR D)
- Company Characteristics, Profitability and Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D). In *Journal of Business & Applied Management* (Vol. 14, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.30813/jbam.v14i1.2706>
- Shafirah Pratama, I., Risma, D., & 2□, D. (2022). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap institutional ownership pada perusahaan high-profile yang listing di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(3), 540. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11701>

Tarigan, Y., Adisaputra, D., Negeri, P., Jurusan, B., Bisnis, A., Jalan, T., & Yani, A. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. 8(2), 163–170.

UKURAN_DEWAN_KEBERAGAMAN_DEWAN_DAN_PENGUNGKAPAN_TA. (n.d.).

Zulhaimi, H., & Nuraprianti, N. R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, 7(3), 555–566. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17729>

Article correspondence should be sent to:

Devica Pratiwi
(dpratiwi@bundamulia.ac.id)

Recommended Citation:

Renata, G., dan Pratiwi, D. (2023). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Sales Growth, and Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility. Journal of Business and Entrepreneurship, 11(2), 190-60. DOI: <https://doi.org/10.46273/gt9mpz05>

This article is available online at:

<http://ojs.sampoernauniversity.ac.id> (ISSN: 2302-4119 Print, 2685-6255 Online)