Volume 5 Number 3, Page 328-337, 2026
Expensive | Jurnal Akuntansi dan Keuangan
Online ISSN : 2829-4807 – Print ISSN : 2829-5609

Peran Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan Kepemilikan Institusional Domestik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Ammar Daniar Falah[1], Elmira Febri Darmayanti[2], Nedi Hendri[3*]

[1,2,3*] **Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung, Indonesia**
E-mail: ammardaniarf@gmail.com [1)]
efdarmayanti@gmail.com [2)]
nedihendri981@gmail.com [3*)]

ARTICLE INFO

Article history:
Received 22 November 2025
Received in Revised 15 Mei 2026
Accepted 30 September 2026

Keyword's : Inventory, PSAK No. 14, Recording Method, Inventory Valuation, Operational Efficiency.

A B S T R A C T

This study aims to examine the impact of company size, foreign ownership, and domestic institutional ownership on CSR disclosure among telecommunication companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2024. This study uses secondary data obtained from 20 annual reports of telecommunication companies from 2024. The analysis technique used is multiple linear regression to assess the impact of independent factors on CSR disclosure, as assessed based on the Global Reporting Initiative (GRI) requirements. The results show that company size and foreign ownership have a significant positive influence on CSR disclosure, evidenced by positive coefficient values of 0.009 and 0.617, and both reach a significance level of p < 0.001. The data indicate that larger companies tend to be more active in CSR disclosure. Large companies with significant foreign ownership are generally more proactive in declaring CSR efforts. Conversely, domestic institutional ownership has a negative effect on CSR disclosure, evidenced by a coefficient of -0.009, a t-value of -676707.097, and a significance level of < 0.001, indicating that local institutional investors have not yet initiated strong corporate social responsibility practices.

Studi ini bertujuan untuk meneliti dampak ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan kepemilikan institusional domestik terhadap pengungkapan *CSR* di antara perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2024. Studi ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari 20 laporan tahunan perusahaan telekomunikasi dari tahun 2024. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menilai dampak faktor independen terhadap pengungkapan *CSR*, sebagaimana dinilai berdasarkan persyaratan Global Reporting Initiative (GRI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan kepemilikan asing memberikan pengaruh positif yang cukup besar terhadap pengungkapan *CSR*, dibuktikan dengan nilai koefisien positif sebesar 0,009 dan 0,617, serta keduanya mencapai tingkat signifikansi p < 0,001. Data menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih besar cenderung lebih aktif dalam pengungkapan *CSR.* Perusahaan besar dengan kepemilikan asing yang signifikan umumnya lebih proaktif dalam menyatakan upaya *CSR*. Sebaliknya, kepemilikan institusional domestik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR,* dibuktikan dengan koefisien -0,009, nilai t -676707,097, dan tingkat signifikansi < 0,001, yang menunjukkan bahwa investor institusional lokal belum memulai praktik tanggung jawab sosial perusahaan yang kuat.

Expensive : Jurnal Akuntansi dan Keuangan
Website : https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive

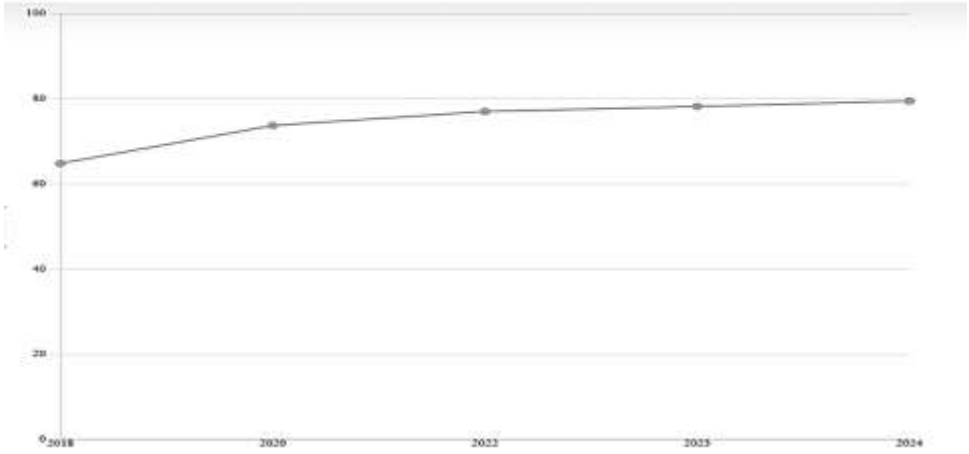
This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. *Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.*
E-mail address: nedihendri981@gmail.com
Peer review under responsibility of Expensise: Journal of Accounting and Finance. **2829-4807**

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility adalah suatu etika bisnis yang dimana perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban secara ekonomi kepada para pemegang saham tetapi juga memiliki kewajiban kepada pihak lain yang berkepentingan pada perusahaan. Perusahaan dituntut untuk memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari setiap aktivitas operasionalnya, menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. *CSR* menghadirkan pandangan holistik yang memandang perusahaan sebagai entitas yang terintegrasi dengan lingkungan sosialnya. Perusahaan tidak lagi dipahami sebagai institusi yang semata-mata bertujuan memaksimalkan keuntungan finansial, melainkan sebagai sistem yang bertanggung jawab terhadap seluruh komunitas yang terlibat dan terpengaruh oleh aktivitas bisnisnya. Implikasi dari perspektif ini adalah pengakuan akan kompleksitas hubungan antara dunia usaha dan masyarakat, di mana setiap keputusan dan tindakan perusahaan berpotensi membawa dampak signifikan bagi berbagai kelompok, termasuk karyawan, konsumen, masyarakat sekitar, pemerintah, lingkungan, dan generasi mendatang.

Perkembangan infrastruktur telekomunikasi di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan selama periode 2018–2024, dengan puncak pencapaian pada tahun 2024 Dari data tersebut, terlihat



Gambar 1.Perkembangan Infrastruktur Telekomunikasi dan Pengguna Internet

Pada tahun tersebut, cakupan jaringan 4G/5G telah menjangkau 97,16% wilayah pemukiman, didorong oleh proyek satelit SATRIA-1 dan alokasi anggaran pemerintah sebesar Rp 400,3 triliun untuk pengembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Namun, ekspansi infrastruktur yang masif ini menimbulkan tantangan kompleks, seperti peningkatan limbah elektronik (*e-waste*) dari perangkat usang, konsumsi energi menara BTS yang menyumbang 30%

emisi karbon sektor ini, serta kesenjangan akses internet di daerah rural yang hanya mencapai 48%(Komdigi, 2024). Kondisi ini menguatkan urgensi penerapan *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) yang transparan di sektor telekomunikasi, tidak hanya untuk memenuhi regulasi OJK No. 51/2017, tetapi juga menjawab tuntutan stakeholder akan akuntabilitas lingkungan dan sosial.

Di tengah dinamika tersebut, sektor telekomunikasi tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan komunikasi, tetapi juga menjadi agen transformasi digital yang mendorong kemajuan ekonomi, sosial, dan teknologi nasional. Menurut data (DJPPI, 2024)Peningkatan pengguna internet hingga 221,56 juta jiwa pada 2024 menuntut perusahaan untuk merancang program *CSR* berbasis literasi digital, sekaligus mengatasi dampak operasional melalui transisi ke energi terbarukan dan pengelolaan limbah berkelanjutan. Implementasi prinsip ESG (Environmental, Social, Governance) yang diwajibkan BEI bagi emiten semakin menegaskan peran krusial *CSR* dalam menyeimbangkan pertumbuhan bisnis dengan keberlanjutan.

Teori Pemangku Kepentingan

Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*), yang dipopulerkan secara luas oleh R. Edward Freeman (1984), menyatakan bahwa suatu perusahaan tidak hanya beroperasi semata-mata untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik modal (*shareholders*), melainkan wajib memberikan manfaat dan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pemangku kepentingan didefinisikan sebagai setiap individu atau kelompok yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan. Dalam pandangan ini, entitas bisnis harus menyeimbangkan berbagai kepentingan termasuk investor, karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, hingga masyarakat lokal dan lingkungan guna menjaga kelangsungan usaha (*going concern*) serta membangun etika dan akuntabilitas bisnis yang berkelanjutan.

Dalam konteks akuntansi dan tata kelola perusahaan, teori ini terbagi ke dalam tiga dimensi utama: normatif (kewajiban etis moral perusahaan), deskriptif (bagaimana manajemen secara nyata mengelola hubungan pemangku kepentingan), dan instrumental (menghubungkan pengelolaan pemangku kepentingan dengan peningkatan kinerja serta reputasi perusahaan). Penerapan teori ini menjadi landasan utama yang mendorong transparansi penyajian laporan keuangan yang patuh standar (seperti PSAK), pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), hingga pengungkapan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*). Dengan mengakomodasi kebutuhan informasi pemangku kepentingan kunci, perusahaan dapat memperoleh legitimasi operasional (*social license to operate*) dan kepastian dukungan sumber daya yang krusial bagi operasionalnya.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi berperan sebagai dasar yang penting dalam memahami konsep *Corporate Social Responsibility* (*CSR*), yang memiliki keterkaitan erat dengan teori pemangku kepentingan. Menurut (Dowling & Pfeffer, 1975), legitimasi ini bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai dengan perubahan lingkungan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Legitimasi diartikan sebagai kondisi di mana sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai masyarakat yang lebih luas. Dalam konteks ini, perusahaan berusaha memperoleh pengakuan dan penerimaan masyarakat melalui implementasi *CSR*, yang bertujuan untuk mendapatkan legitimasi sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menciptakan citra positif di mata masyarakat, yang pada gilirannya dapat mengurangi potensi konflik dan memperkuat nilai perusahaan(Brown & Deegan, 1998). Selain itu, teori legitimasi juga menggarisbawahi pentingnya perusahaan untuk melakukan strategi atau kegiatan yang mencerminkan keselarasan antara tujuan operasional perusahaan dan harapan sosial serta lingkungan masyarakat (Pratama & Deviyanti, 2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, kepemilikan institusional domestik, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (*CSR*). Objek penelitian adalah perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui laporan tahunan (annual report), laporan keuangan, dan laporan keberlanjutan perusahaan yang tersedia pada situs resmi BEI dan situs resmi masing-masing perusahaan. Populasi penelitian terdiri atas 23 perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2024. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2024; (2) menerbitkan laporan tahunan atau laporan keberlanjutan tahun 2024 secara lengkap; dan (3) menyediakan informasi yang diperlukan untuk pengukuran seluruh variabel penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 20 perusahaan sebagai sampel penelitian.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan Corporate Social Responsibility (*CSR*), yang diukur berdasarkan indikator pengungkapan Global Reporting Initiative (GRI) Standards 2021. Pengukuran *CSR* dilakukan dengan membandingkan jumlah indikator GRI 2021 yang diungkapkan perusahaan dengan jumlah keseluruhan indikator yang menjadi dasar pengukuran. Variabel independen terdiri atas ukuran perusahaan, kepemilikan institusional

domestik, dan kepemilikan asing. Ukuran perusahaan (Size) diukur menggunakan logaritma natural total aset perusahaan, yaitu Size = Ln(Total Assets). Kepemilikan institusional domestik diukur berdasarkan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh institusi atau lembaga domestik dibandingkan dengan total saham beredar. Sementara itu, kepemilikan asing diukur berdasarkan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh investor atau pihak asing dibandingkan dengan total saham beredar. Penggunaan ukuran tersebut dimaksudkan untuk memperoleh ukuran yang objektif dan dapat dibandingkan antarperusahaan dalam menguji hubungan karakteristik kepemilikan dan ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan *CSR*.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS dengan tahapan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi setiap variabel penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan statistik. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan:

$$CSR = \alpha + \beta_1 Size + \beta_2 KI + \beta_3 KA + \varepsilon. \quad (1)$$

Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap pengungkapan *CSR* diuji melalui uji t pada tingkat signifikansi 5%, sedangkan pengaruh variabel independen secara simultan diuji menggunakan uji F. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan ukuran perusahaan, kepemilikan institusional domestik, dan kepemilikan asing dalam menjelaskan variasi pengungkapan *CSR* pada perusahaan sektor telekomunikasi yang menjadi sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.070	.000		70494.288	<.001
	SIZE	.009	.000	.092	262585.546	<.001
	KID	-.009	.000	-.237	-676707.097	<.001
	KA	.617	.000	.949	2854709.952	<.001

a. Dependent Variable: *CSR*

Sumber: Data Sekunder diolah dengan SPSS 27, (2025)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 1, seluruh variabel independen dalam model regresi menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (*CSR*),

dengan nilai Sig. yang sangat kecil (semuanya < 0.001), yang mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel independen dan *CSR* tidak terjadi secara kebetulan dan model ini dapat dipercaya. Berdasarkan nilai koefisien, Kepemilikan Asing (KA) memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap *CSR*, dengan koefisien terbesar 0.617 dan Beta = 0.949, yang menunjukkan bahwa kepemilikan asing memberikan dampak besar pada tingkat pengungkapan *CSR*.

Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki pengaruh positif terhadap *CSR*, namun pengaruhnya relatif lebih kecil (B = 0.009), meskipun tetap signifikan. Kepemilikan Institusional Domestik (KID) memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR* dengan B = -0.009, menunjukkan bahwa semakin besar proporsi KID, semakin rendah pengungkapan *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646[a]	.417	.308	.00000

a. Predictors: (Constant), KID, KA, SIZE

Sumber: Data Sekunder diolah dengan SPSS 27, (2025)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari Model Summary pada tabel, berikut adalah interpretasi terkait hasil analisis regresi linier berganda yang menguji pengaruh KID (Kepemilikan Institusional Domestik), KA (Kepemilikan Asing), dan SIZE (Ukuran Perusahaan) terhadap Corporate Social Responsibility (*CSR*). Hubungan positif sedang antara variabel independen dan *CSR*, yang tercermin dalam R = 0.646, menunjukkan bahwa model regresi ini cukup efektif dalam menjelaskan pengungkapan *CSR*. Nilai R^2 = 0.417 menunjukkan bahwa 41.7% variasi *CSR* dapat dijelaskan oleh model ini, yang menandakan bahwa model ini cukup baik meskipun ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi. Dengan nilai Adjusted R^2 = 0.308, model ini tetap relevan dalam menjelaskan variasi *CSR*, meskipun ada faktor eksternal yang perlu dipertimbangkan.

Kesalahan estimasi yang sangat kecil (0.00000) mengindikasikan bahwa model ini sangat akurat dalam memprediksi pengungkapan *CSR*, yang memberikan kepercayaan lebih terhadap hasil analisis. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model regresi linier berganda dengan variabel KID, KA, dan SIZE dapat diandalkan untuk menganalisis pengungkapan *CSR*, meskipun ada faktor lain yang tidak tercakup dalam model ini yang dapat mempengaruhi variasi *CSR* yang lebih besar.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.070	.000		70495.995	<.001
	SIZE	.009	.000	.092	262591.904	<.001
	KA	.617	.000	.949	2854779.069	<.001
	KID	-.009	.000	-.237	-676723.481	<.001

a. Dependent Variable: *CSR*

Sumber: Data Sekunder diolah dengan SPSS 27, (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi, konstanta sebesar 0,070 menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen bernilai nol, maka nilai prediksi *CSR* adalah 0,070. Nilai t yang sangat tinggi (70.495,995) dan signifikansi < 0,001 mengindikasikan konstanta ini signifikan secara statistik.

Ukuran perusahaan (SIZE) memiliki koefisien 0,009 dengan Beta 0,092, t sebesar 262.591,904, dan signifikansi < 0,001. Hal ini menunjukkan pengaruh positif signifikan, di mana semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pengungkapan *CSR*.

Kepemilikan asing (KA) berkoefisien 0,617 dengan Beta 0,949, t sebesar 2.854.779,069, dan signifikansi < 0,001. Artinya, KA memiliki pengaruh positif paling besar, sehingga perusahaan dengan kepemilikan asing cenderung mengungkapkan *CSR* lebih luas. Kepemilikan institusional domestik (KID) memiliki koefisien -0,009 dengan Beta -0,237, t sebesar -676.723,481, dan signifikansi < 0,001. Ini menunjukkan pengaruh negatif signifikan, di mana semakin besar KID, semakin rendah tingkat pengungkapan *CSR*.

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.852	3	.284	3038157440513.6	<.001[b]
	Residual	.000	16	.000		
	Total	.852	19			

a. Dependent Variable: *CSR*

b. Predictors: (Constant), KA, SIZE, KID

Sumber: Data Sekunder diolah dengan SPSS 27, (2025)

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Sum of Squares regresi sebesar 0,852 dengan tiga derajat kebebasan berarti model mampu menjelaskan variasi pengungkapan *CSR* yang berasal dari kepemilikan asing (KA), ukuran perusahaan (SIZE), dan kepemilikan institusional domestik (KID). Nilai residual yang sangat kecil (0,000) menunjukkan model ini sangat baik, dengan total variasi tetap sebesar 0,852. Mean Square regresi sebesar 0,284 mengindikasikan rata-rata variasi yang dijelaskan model, sedangkan Mean Square residual sebesar 0,000 menandakan hampir tidak ada

variasi yang tersisa. Nilai F-statistic yang sangat besar (3.038.157.440.513,6) dan signifikansi < 0,001 membuktikan bahwa model ini signifikan secara statistik dan efektif dalam menjelaskan *CSR*. Dengan demikian, KA, SIZE, dan KID terbukti berpengaruh signifikan dalam menentukan tingkat pengungkapan *CSR* perusahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan kepemilikan institusional domestik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (*CSR*) pada perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2024. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung lebih aktif melaporkan kegiatan *CSR* karena memiliki kapasitas operasional dan sumber daya yang lebih memadai, hasil ini juga di dukung oleh penelitian (Kartana, Kurniawati, & Rini, 2025) ,yang mendapati bahwa ukuran perusahaan berhubungan positif dengan pengungkapan *CSR*, yang menunjukkan bahwa perusahaan besar cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi terkait kegiatan sosial mereka. Kepemilikan asing juga memberikan pengaruh positif di dukung oleh (Latifah & Widiatmoko, 2022) sejalan dengan temuan ini, yang menunjukkan bahwa kepemilikan asing memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*, di mana semakin tinggi proporsinya, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk mengungkapkan informasi *CSR*, seiring tuntutan investor asing terhadap transparansi dan keberlanjutan. Sebaliknya, kepemilikan institusional domestik berpengaruh negatif, dimana penelitian oleh (Nurhalisa & Hernawati, 2023) juga menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *CSR*., karena perusahaan dengan proporsi kepemilikan institusional yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan *CSR* akibat fokus pada keuntungan jangka pendek dan efisiensi operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, serta menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut berkontribusi signifikan terhadap kualitas pengungkapan *CSR*, yang mencerminkan tingkat keterbukaan dan akuntabilitas perusahaan terhadap isu sosial dan lingkungan.

Berdasarkan temuan ini, beberapa saran dapat diberikan. Bagi manajemen perusahaan, perusahaan besar perlu memanfaatkan sumber daya dan kapasitas operasional yang dimiliki untuk meningkatkan transparansi *CSR* demi memperkuat reputasi dan kepercayaan publik. Perusahaan dengan kepemilikan asing yang tinggi sebaiknya lebih aktif mengungkapkan kegiatan *CSR*, mengingat pentingnya keberlanjutan dan daya saing global. Sementara itu, perusahaan dengan kepemilikan institusional domestik disarankan menyeimbangkan orientasi keuntungan jangka

pendek dengan perhatian pada tanggung jawab sosial dan lingkungan guna meningkatkan transparansi *CSR*. Bagi peneliti selanjutnya, ruang lingkup penelitian dapat diperluas dengan mempertimbangkan faktor tambahan seperti jenis industri dan regulasi pemerintah, serta memanfaatkan pendekatan kualitatif untuk menggali motivasi perusahaan dalam mengimplementasikan *CSR* secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Andrianingsih, R. E., Nusantoro, J., & Darmayanti, E. F. (2022). Pengaruh Coorporate Social Responsibility Disclosure Dan Institutional Ownership Terhadap Firm Value PT Sinar Pematang Mulia 11 Bandar Mataram Lampung Tengah. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *1*(2), 178 - 184. https://doi.org/10.24127/exclusive.v1i2.3009

Brown, N., & Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information - A dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, *29*(1), 21–41. https://doi.org/10.1080/00014788.1998.9729564

DJPPI. (2024, June 21). *Infografis Infrastruktur Jaringan Telekomunikasi Indonesia*. https://djppi.komdigi.go.id/news/djppi-kominfo-merilis-infografis-infrastruktur-jaringan-telekomunikasi-indonesia

Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Pacific Sociological Association Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. In *Source: The Pacific Sociological Review* (Vol. 18, Issue 1).

Freeman, R. E., Dmytriyev, S. D., & Phillips, R. A. (2021). Stakeholder Theory and the Resource-Based View of the Firm. *Journal of Management*, *47*(7), 1757–1770. https://doi.org/10.1177/0149206321993576

Kartana, I. W., Kurniawati, D., Rini, I. G. A. I. S., & Meitri, I. A. S. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Gender Diversity Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, *16*. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.34209/equ.v18i2.466

Komdigi. (2024, June). *Data Coverage Jaringan Telekomunikasi*. https://data.komdigi.go.id/article/data-coverage-jaringan-telekomunikasi

Latifah, F. N., & Widiatmoko, J. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Corporate Social Responsibility dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan. *JIMAT(Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, *13*(03). www.wbcsd.org

Loriyani, N. N., & Mimba, N. P. S. H. (2023). Corporate Social Responsibility, Leverage, Kepemilikan Asing, dan Nilai Perusahaan dengan Firm Size sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, *33*(10). https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i10.p07

Marli, Nuurika, R. L. R., & Deccasari, D. D. (2022). Pengaruh Rasio Leverage, Rasio Operating Capacity, Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Financial Distress Pada Masa Pandemic Covid 19. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *15*. https://doi.org/https://doi.org/10.53651/jdeb.v15i2.400

Nurhalisa, P., & Hernawati, E. (2023). The Effect of Ownership Structure and Board Diversity on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. *International Journal of Professional Business Review*, *8*(9). https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i9.2506

Nur Rokhmah, L., Suyanto, S., & Padwa Sari, G. (2025). Pengaruh Financial Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(2), 150-160. https://doi.org/10.24127/exclusive.v4i2.9869

Pratama, I. S., & Deviyanti, R. 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

Priyo, M. A., & Haryanto. (2022). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Laporan Kebelanjutan Berdasarkan Global Reporting Initiative (Gri) Standard. *Diponegoro Journal of Accounting*, *11*, 1–15.

Wijaya, L. H., & Susilowati, C. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi)*, *12*(1), 105. https://doi.org/10.25157/je.v12i1.14167