

Pengaruh Kepemilikan Keluarga dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia

Al Ghofiir Febrizal Bakti^{1*}, Andika Pramukti Lamo², Fifi Nurafifah Ibrahim³
ropik0066@gmail.com^{1*}, andika.pramukti@umi.ac.id², fifinurafifah.ibrahim@umi.ac.id³
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia^{1*}
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia^{2,3}

Abstrak

Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa saham, penelitian ini berupaya untuk menyelidiki dampak kepemilikan manajerial dan keluarga terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini dilakukan selama bulan Maret dan April 2025, yaitu selama dua bulan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* di bursa efek indonesia periode 2020-2023 yaitu sebanyak 72 perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan keuangan yang telah dipublikasikan kepada publik untuk perusahaan manufaktur periode 2020-2023. Informasi tersebut diambil dari website www.idx.co.id. Hasil penelitian menunjukkan: 1) Kepemilikan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. 2) Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. 3) *Social Corporate Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. 4) Kepemilikan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Social Corporate Responsibility*. 5) Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Social Corporate Responsibility*. 6) Kepemilikan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui *Social Corporate Responsibility*. 7) Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja Perusahaan melalui *Social Corporate Responsibility*.

Kata kunci: *Kepemilikan Keluarga; Kepemilikan Manajerial; Kinerja Perusahaan; Pengungkapan CSR*

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, sehingga banyak perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan eksistensinya. Mengoptimalkan kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu cara untuk memastikan keberlanjutannya sekaligus berfungsi sebagai ukuran keberhasilan kinerjanya (A. T. Wijaya & Fikri, 2019). Perusahaan telah banyak mengalami tantangan dalam mengelola dan menghasilkan keuntungan. Persaingan bisnis yang terus-menerus mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya agar mampu untuk berkembang dan bertahan lama. Kinerja perusahaan perlu dioptimalkan secara efisien dan produktif karena kinerja merupakan salah satu indikator utama keberhasilan perusahaan yang

dinilai oleh para analis keuangan serta dijadikan dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan. (Azizah & Amin, 2020).

Perusahaan manufaktur pada sub sektor *food and beverage* digunakan pada penelitian ini sebagai populasi dari sampel. Dimana sub sektor pada bidang ini sangat menarik untuk dijadikan sampel karena memiliki jumlah populasi yang cukup banyak dan sangat beragam bentuk laporan yang ditampilkan pada bursa efek. Perusahaan-perusahaan di sektor F&B menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, persaingan yang ketat, serta kebutuhan untuk beradaptasi dengan tren dan preferensi konsumen yang selalu berubah. Konsumen kini semakin cerdas dan peduli terhadap kualitas makanan dan minuman yang mereka konsumsi, serta semakin memperhatikan faktor-faktor seperti keberlanjutan, kesehatan, dan kemasan ramah lingkungan.

Salah satu faktor yang berhubungan dengan kinerja perusahaan adalah keterkaitan antara struktur kepemilikan dan performa perusahaan. Hubungan ini didorong oleh adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian dalam suatu industri (Ivan & Raharja, 2021). Prinsipal dan agen dengan berbagai kepentingan berpartisipasi dalam sistem manajemen perusahaan. Karena dapat mengidentifikasi masalah keagenan, struktur kepemilikan merupakan komponen yang penting. Di satu sisi, pemilik bisnis ingin memastikan bahwa manajemen mengoperasikan perusahaan sesuai keinginan mereka dan bahwa kepentingan mereka terlindungi.

Pada penelitian ini menggunakan teori agensi untuk menguji dan menganalisis apakah kepemilikan keluarga dan kepemilikan manajerial yang memiliki kepentingan dan tingkat asimetris informasi yang berbeda-beda dapat mempengaruhi kinerja perusahaan melalui pengungkapan *corporate social responsibility*.

Struktur kepemilikan yang dimaksud dalam hal ini mencakup kepemilikan keluarga dan kepemilikan manajerial. Perusahaan yang sebagian besar sahamnya dikuasai oleh anggota keluarga dikenal sebagai "Perusahaan Keluarga". Karakteristik ini dapat dikenali dari komposisi dewan komisaris, di mana anggota keluarga biasanya menduduki posisi sebagai komisaris dalam perusahaan tersebut (Tarmizi & Perkasa, 2022). Perusahaan yang dimiliki oleh keluarga biasanya ditandai dengan keterlibatan signifikan anggota keluarga dalam pengelolaan organisasi, serta adanya visi jangka panjang yang bersifat lintas generasi (Herrera & de las Heras-Rosas, 2020). Sementara itu, kepemilikan manajerial berperan sebagai mekanisme untuk mengurangi perilaku oportunistik dari para manajer serta berfungsi sebagai bentuk insentif yang mendorong peningkatan kinerja mereka (Sari & Wulandari, 2021). Struktur kepemilikan dalam suatu perusahaan dapat berdampak pada pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, struktur kepemilikan juga berpengaruh terhadap keputusan-keputusan keuangan, termasuk keputusan investasi dan tingkat profitabilitas. Di samping struktur kepemilikan, terdapat berbagai faktor lain yang juga perlu dipertimbangkan karena faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi keputusan keuangan perusahaan, yang pada akhirnya akan berdampak pada nilai perusahaan itu sendiri.

Reaksi masyarakat terhadap perhatian perusahaan terhadap lingkungan dan sekitarnya merupakan faktor lain yang dapat memengaruhi kinerjanya. Gagasan global tentang *corporate social responsibility* (CSR), kini semakin populer di sektor bisnis. Sinyal dari manajemen kepada semua pemangku kepentingan, termasuk investor, diberikan melalui pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), yang didasarkan pada kriteria *global reporting initiative* (GRI) dan mencakup komponen ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Sinyal ini menunjukkan masa depan perusahaan yang menjanjikan dan menunjukkan dedikasinya terhadap manajemen persyaratan operasional yang berkelanjutan (Naek & Tjun Tjun, 2020).

Pengungkapan CSR berfungsi sebagai penghubung antara struktur kepemilikan dan kinerja perusahaan. Di satu sisi, perusahaan keluarga memanfaatkan pengungkapan CSR untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan menjaga reputasi keluarga. Di sisi lain, perusahaan dengan kepemilikan manajerial yang substansial menggunakan CSR untuk membangun kepercayaan investor dan meningkatkan transparansi dalam operasional mereka. (Harymawan et al., 2022) Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih tinggi dipengaruhi oleh manajemen dan kepemilikan keluarga, yang pada akhirnya memberikan kontribusi terhadap perbaikan kinerja Perusahaan. Dengan demikian, pengungkapan CSR tidak hanya berfungsi untuk memperbaiki citra dan reputasi perusahaan, tetapi juga berdampak positif terhadap kinerja keuangan melalui peningkatan kepercayaan dari pemangku kepentingan dan investor.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Irhami & Diana, 2020) yang berjudul "Pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, kinerja keuangan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*" penelitian dari (FX Kurniawan Tjakrawala, 2020) yang berjudul "Pengaruh kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Publik, dan Kepemilikan Asing Terhadap Kinerja Perusahaan" Oleh karena itu, peneliti terdorong untuk melakukan jenis penelitian baru dengan menempatkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel intervening, serta menambahkan satu variabel dependen, yaitu kinerja perusahaan. (Iswati, 2020) menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR dalam pelaporan keberlanjutan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sementara studi (Izazi, 2022) menyatakan bahwa kinerja keuangan positif secara signifikan oleh variabel sosial dan lingkungan. Berbeda dengan kedua penelitian tersebut, oleh (Hardi & Chairina, 2019) ini menunjukkan bahwa transparansi ekonomi secara signifikan meningkatkan kinerja sedangkan faktor lingkungan dan sosial tidak berpengaruh sama sekali.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal, karena penelitian bertujuan mengidentifikasi hubungan sebab-akibat dan menganalisis jalur pengaruh antar variabel. Lokasi penelitian ini dilakukan dengan pengambilan melalui perwakilan di pojok Bursa Efek Indonesia (BEI)

pada Galeri Investasi Pasar Modal FEB Universitas Muslim Indonesia Jl. Urip Sumiharjo Km.5 dan waktu penelitian selama 2 bulan yaitu Desember 2024 – Januari 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah adalah perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* di bursa efek indonesia periode 2020-2023 yaitu sebanyak 72 perusahaan. Sampel dipilih sesuai dengan prosedur *purposive sampling* yang ditargetkan yaitu prosedur sampling disesuaikan dengan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, kriteria pengambilan sampel adalah:

Tabel 1 Kriteria sampel

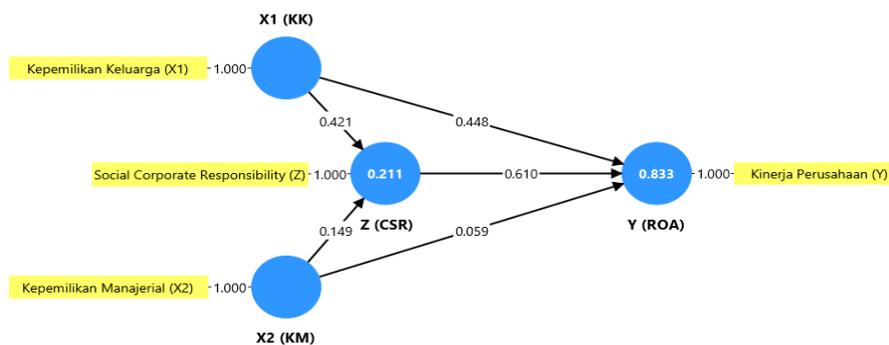
No	Kriteria sampel	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sub sektor <i>Food and Beverage</i> periode 2020-2023.	72
2	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang tidak mempublikasikan laporan keuangan selama periode berturut-turut yaitu sejak tahun 2020-2023.	(7)
3	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang tidak memiliki data kepemilikan keluarga, kepemilikan manajerial dan yang melakukan pengungkapan CSR lengkap tahun 2020-2023.	(57)
Perusahaan Yang Memenuhi Kriteria Sampel		8
Jumlah Observasi (8 perusahaan x 4 tahun)		32

Sumber: www.idx.co.id, 2025

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Uji Skema Model *Partial Least Square* (PLS)

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program smartPLS 4.0. Berikut ini adalah sekema model program PLS yang diujikan.



Gambar 1 Inner Model

Sumber: *Output PLS*, 2025

Hasil Uji inner model

Inner model (innerrelation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk variabel laten dependen. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan

untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2020).

Tabel 2 Hasil Uji R-Square (R^2)

	R Square
Kinerja Perusahaan (Y)	0.833
Social Corporate Responsibility (Z)	0.211

Nilai R square variabel kinerja perusahaan adalah 0,833, artinya bahwa variabel kinerja perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel kepemilikan keluarga, kepemilikan manajerial dan social corporate responsibility (CSR) sebesar 83,3%. Nilai R square variabel social corporate responsibility (CSR) adalah 0,211, artinya variabel social corporate responsibility (CSR) mampu dijelaskan oleh variabel kepemilikan keluarga, dan kepemilikan manajerial, 21,1%. Maka kedua variabel tersebut termasuk kedalam kategori kuat untuk kinerja perusahaan dan sedang untuk social corporate responsibility (CSR).

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai R-Square untuk variabel penggunaan social corporate responsibility dan kinerja perusahaan masing-masing sebesar 0,833 dan 0,211 yang berarti bahwa termasuk dalam kategori kuat dan moderate. Nilai R-square penggunaan social corporate responsibility sebesar 0,211 atau 21,1% ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan social corporate responsibility dapat dijelaskan oleh variabel kepemilikan keluarga dan kepemilikan manajerial sebesar 21,1% sedangkan sisanya 78,9 % dapat dijelaskan dengan variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Nilai R-square kinerja perusahaan sebesar 0,833 atau 83,3% ini menunjukkan bahwa variabel kinerja perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel kepemilikan keluarga dan kepemilikan manajerial dan penggunaan social corporate responsibility sebesar 83,3% sedangkan sisanya 16,7% dapat dijelaskan dengan variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Path Coefficient

Tabel 3 Uji Hipotesis berdasarkan Path Coefficient

	Original Sample	Sample Mean	Standard Error	T Statistics	P Values
Social Corporate Responsibility (Z) -> Kinerja Perusahaan (Y)	0.610	0.607	0.104	5.845	0.000
Kepemilikan Keluarga (X1) -> Kinerja Perusahaan (Y)	0.448	0.442	0.102	4.387	0.000
Kepemilikan Keluarga (X1) -> Social Corporate Responsibility (Z)	0.421	0.425	0.167	2.516	0.012
Kepemilikan Manajerial (X2) -> Kinerja Perusahaan (Y)	0.059	0.059	0.076	0.770	0.441
Kepemilikan Manajerial (X2) -> Social Corporate Responsibility (Z)	0.149	0.156	0.112	1.334	0.182

Berdasarkan nilai inner weight yang terdiri dari kepemilikan keluarga (X1) dan kepemilikan manajerial (X2) dapat diketahui secara parsial pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan (Y) dan social corporate responsibility (Z).

Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hipotesis pertama menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemilikan keluarga (X1) terhadap kinerja perusahaan (Y). Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan keluarga memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien parameternya sebesar +0,448 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. Hal ini berarti H1 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hipotesis kedua menyatakan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara kepemilikan manajerial (X2) terhadap kinerja perusahaan (Y). Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki tingkat signifikan sebesar 0,441 yaitu lebih besar dari 0,05. Nilai koefisien parameternya sebesar +0,059 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. Hal ini berarti H2 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Hipotesis ketiga menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan social corporate responsibility (Z) terhadap kinerja perusahaan (Y). Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel social corporate responsibility memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien parameternya sebesar +0,610 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. Hal ini H3 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa social corporate responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Hipotesis keempat menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemilikan keluarga (X1) terhadap social corporate responsibility (Z). Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan keluarga memiliki tingkat signifikan sebesar 0,012 yaitu lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien parameternya sebesar +0,421 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. Hal ini berarti H4 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap social corporate responsibility.

Pengujian Hipotesis Kelima (H5)

Hipotesis kelima menyatakan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara kepemilikan manajerial (X2) terhadap penggunaan social corporate responsibility (Z). Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial

memiliki tingkat signifikan sebesar 0,182 yaitu lebih besar dari 0,05. Nilai koefisien parameternya sebesar +0,149 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. Hal ini berarti H5 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap social corporate responsibility

Hasil uji berdasarkan Indirect Effect

Tabel 4 Uji Hipotesis berdasarkan Indirect Effect

	Original Sample	Sample Mean	Standard Error	T Statistics	P Values
Kepemilikan Keluarga (X1) -> Social Corporate Responsibility (Z) -> Kinerja Perusahaan (Y)	0.257	0.254	0.106	2.432	0.015
Kepemilikan Manajerial (X2) -> Social Corporate Responsibility (Z) -> Kinerja Perusahaan (Y)	0.091	0.099	0.075	1.213	0.225

Sumber: Output PLS, 2025

Berdasarkan nilai inner weight dari indirect effect yang terdiri dari kepemilikan keluarga (X1) dan kepemilikan manajerial (X2) dapat diketahui secara parsial pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan (Y) melalui penggunaan social corporate responsibility (Z).

Pengujian Hipotesis Keenam (H6)

Hipotesis keenam menyatakan terdapat positif dan signifikan antara kepemilikan keluarga (X1) terhadap kinerja perusahaan (Y) melalui penggunaan social corporate responsibility (Z). Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan keluarga memiliki tingkat signifikan sebesar 0,015 yaitu lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien parameternya sebesar +0,257 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. Hal ini berarti H6 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan social corporate responsibility. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel penggunaan social corporate responsibility merupakan variabel intervening antara kepemilikan keluarga terhadap kinerja perusahaan.

Pengujian Hipotesis Ketujuh (H7)

Hipotesis keenam menyatakan terdapat positif dan tidak signifikan antara kepemilikan manajerial (X2) terhadap kinerja perusahaan (Y) melalui penggunaan social corporate responsibility (Z). Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki tingkat signifikan sebesar 0,225 yaitu lebih besar dari 0,05. Nilai koefisien parameternya sebesar +0,091 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. Hal ini berarti H6 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui penggunaan social corporate responsibility. Hal ini mengindikasikan bahwa

variabel penggunaan social corporate responsibility merupakan variabel intervening antara kepemilikan manajerial terhadap kinerja perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Kepemilikan Keluarga terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar proporsi saham yang dimiliki oleh keluarga, semakin baik pula kinerja perusahaan yang dihasilkan. Kepemilikan keluarga memberikan insentif bagi pemilik untuk memastikan kelangsungan dan keberhasilan perusahaan karena mereka memiliki kepentingan jangka panjang yang lebih besar terhadap perusahaan. Kepemilikan keluarga memungkinkan terjadinya pengawasan yang lebih intensif terhadap kebijakan operasional dan strategi perusahaan. Pemilik keluarga, yang sering kali terlibat langsung dalam pengelolaan, cenderung lebih fokus pada pencapaian tujuan perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan dan stabilitas. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kinerja dengan memastikan bahwa keputusan yang diambil mendukung tujuan jangka panjang. Keberadaan pemilik keluarga yang terlibat dalam pengawasan juga mengurangi potensi konflik antara manajemen dan pemilik, yang sering kali terjadi pada perusahaan dengan struktur kepemilikan lebih terdiversifikasi. Kepemilikan keluarga dapat memperkuat koordinasi internal dan memastikan pengambilan keputusan yang lebih konsisten serta tepat waktu, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja perusahaan. kepemilikan keluarga di sektor food and beverage cenderung memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, terutama jika didukung oleh pengendalian internal yang baik dan strategi bisnis yang tepat. Namun, pengaruh ini dapat berkurang atau bahkan negatif jika kontrol keluarga pasif atau terjadi konflik kepentingan antara keluarga dan manajemen.

Hubungan dengan Teori agensi menjelaskan adanya potensi konflik antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agen*) yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam perusahaan. Kepemilikan keluarga, dengan pemilik yang juga terlibat dalam pengelolaan perusahaan, diharapkan dapat mengurangi konflik ini. Hal ini karena keluarga sebagai pemilik memiliki kepentingan jangka panjang yang lebih besar terhadap keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan, yang sesuai dengan prinsip teori agensi yang mengutamakan keselarasan antara kepentingan manajer dan pemilik. kondisi perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* di Indonesia menunjukkan bahwa pengaruh kepemilikan keluarga terhadap kinerja perusahaan tidak selalu positif. Hasil penelitian lebih banyak menunjukkan pengaruh negatif atau tidak signifikan, terutama jika kontrol keluarga tidak efektif atau terjadi konflik kepentingan. Namun, dalam kondisi tertentu, seperti keterlibatan aktif keluarga dan rendahnya *agency cost*, pengaruh positif bisa saja muncul, meski tidak dominan dalam temuan empiris.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dalam konteks ini, temuan ini memiliki makna yang positif, terutama jika dilihat pada dominasi

kepemilikan keluarga dalam perusahaan. Pada perusahaan yang dikelola oleh keluarga, kepemilikan keluarga yang dominan memainkan peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan dan pencapaian kinerja jangka panjang perusahaan. Keluarga sebagai pemilik perusahaan cenderung memiliki pandangan yang lebih stabil dan berorientasi pada keberlanjutan perusahaan. Dengan demikian, kepemilikan manajerial yang negatif dan tidak signifikan justru mendukung dominasi kepemilikan keluarga yang lebih kuat dalam mengarahkan kebijakan strategis perusahaan.

Kepemilikan manajerial yang terbatas dapat mengurangi potensi konflik kepentingan antara manajer dan pemilik keluarga. Ketika kepemilikan manajerial terbatas, pengaruh manajer dalam menentukan arah perusahaan menjadi lebih kecil, yang memungkinkan kepemilikan keluarga untuk memiliki kontrol yang lebih besar dan tetap berfokus pada tujuan jangka panjang. Dengan kata lain, meskipun manajer memiliki saham perusahaan, pengaruh mereka terhadap pengambilan keputusan perusahaan menjadi minim, dan kepemilikan keluarga yang lebih dominan dapat menjaga arah perusahaan tetap stabil dan terarah. Selain itu, kepemilikan manajerial yang negatif dan tidak signifikan menandakan bahwa kepemilikan saham oleh manajer tidak cukup untuk mempengaruhi kinerja perusahaan secara signifikan. Hal ini menguntungkan bagi perusahaan, karena kepemilikan keluarga yang lebih besar dapat menjaga keputusan perusahaan agar lebih berfokus pada keberlanjutan jangka panjang dan mengurangi ketergantungan pada pengaruh yang mungkin datang dari kepemilikan manajerial yang terbatas.

Secara keseluruhan, kepemilikan keluarga yang dominan lebih memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan dibandingkan dengan kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial yang tidak signifikan mendukung dominasi kepemilikan keluarga, yang lebih menjaga kesinambungan dan stabilitas dalam pengelolaan perusahaan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk lebih fokus pada pencapaian tujuan jangka panjang tanpa terpengaruh oleh kepentingan jangka pendek yang sering kali muncul dalam perusahaan dengan kepemilikan manajerial yang lebih besar.

Hubungan dengan Teori agensi menjelaskan hubungan antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agen*), yang sering kali diwarnai dengan potensi konflik kepentingan. Untuk mengurangi masalah ini, kepemilikan manajerial diharapkan dapat menyelaraskan kepentingan manajer dengan pemilik perusahaan, karena manajer yang memiliki saham cenderung lebih termotivasi untuk bertindak demi kemajuan perusahaan. Berdasarkan teori ini, semakin besar kepemilikan manajerial, semakin besar pula insentif bagi manajer untuk memaksimalkan kinerja perusahaan, sehingga kinerja perusahaan diharapkan dapat meningkat. Namun, meskipun ada pengaruh positif, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini tidak sepenuhnya sejalan dengan teori agensi. Sebab, meskipun kepemilikan manajerial dapat mengurangi masalah agensi dengan memberikan insentif bagi manajer untuk bekerja lebih baik, kepemilikan saham yang terbatas pada manajer sering kali tidak cukup besar untuk mengubah pengambilan keputusan yang signifikan. Dengan

demikian, pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan mungkin tidak cukup signifikan untuk menghasilkan perubahan yang nyata.

Selain itu, faktor eksternal dan internal lainnya, seperti struktur organisasi perusahaan, kebijakan yang diterapkan, serta kondisi pasar, bisa lebih dominan dalam memengaruhi kinerja perusahaan. Meskipun teori agensi mengasumsikan bahwa kepemilikan manajerial yang besar akan menyelaraskan kepentingan manajer dan pemilik, dalam prakteknya, kepemilikan manajerial yang relatif kecil mungkin tidak memberikan kontrol yang cukup kuat terhadap kebijakan perusahaan, dan ini tidak sejalan dengan harapan teori agensi yang mengedepankan keselarasan kepentingan sebagai kunci peningkatan kinerja.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Armini & Wirama, 2015), (Anisah & Hartono, 2022), dan (Malahayati et al., 2021) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak signifikan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, karena pihak manajer tidak memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan dibandingkan dengan direktur yang akan menciptakan perubahan dalam kinerja perusahaan. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Karnawati, 2018), dan (Yopie & Desiani, 2021) yang menyatakan dengan kepemilikan manajerial yang terlalu tinggi dapat berdampak buruk terhadap perusahaan, karena mereka akan memiliki posisi yang kuat untuk mengontrol perusahaan dan pihak pemegang saham eksternal akan kesulitan untuk mengendalikan tindakan manajer.

Temuan ini menunjukkan bahwa dalam praktiknya, tidak semua prediksi teori agensi berlaku secara universal. Meskipun teori agensi menyatakan bahwa kepemilikan manajerial dapat menyelaraskan kepentingan manajer dengan pemilik, realitas di lapangan menunjukkan bahwa besarnya kepemilikan manajerial harus cukup signifikan untuk menciptakan pengaruh nyata terhadap kinerja. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori agensi dengan menekankan pentingnya konteks dan proporsi kepemilikan.

Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Brata & Sari, 2019) bahwa kepemilikan manajerial dapat mempengaruhi kinerja perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Juliarto, 2017) dan (Handoyo & Agustianingrum, 2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan arah positif, dengan kepemilikan manajerial menunjukkan adanya keselarasan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Manajer yang bertindak sebagai pemegang saham juga akan mengurangi biaya agensi dan berusaha meningkatkan kinerja perusahaan sehingga imbal hasil yang didapatkan akan lebih besar. Pernyataan ini didukung oleh (H. Wijaya & Mauren, 2020) menunjukkan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Semakin tinggi kepemilikan manajerial suatu perusahaan semakin tinggi pula resiko yang akan ditanggung manajer apabila perusahaan mengalami kerugian, sehingga membuat manajer terpacu untuk memajukan perusahaannya. Kepemilikan manajerial di perusahaan manufaktur Indonesia cenderung meningkatkan kinerja perusahaan, baik dari sisi keuangan maupun kinerja saham. Efek positif ini muncul karena adanya penyelarasan kepentingan

antara manajemen dan pemegang saham, sehingga manajemen lebih termotivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun, hasil ini bisa bervariasi tergantung pada variabel lain seperti struktur modal, ukuran perusahaan, dan faktor eksternal lainnya.

Pengaruh *Social Corporate Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Artinya, semakin tinggi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, maka semakin meningkat pula kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR bukan hanya sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat, tetapi juga memberikan dampak yang nyata terhadap keberhasilan dan daya saing perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan, baik kepada karyawan, masyarakat, konsumen, maupun pemangku kepentingan lainnya. CSR mencakup berbagai kegiatan seperti pelestarian lingkungan, pengembangan masyarakat, kepatuhan terhadap hukum, serta perlakuan yang adil terhadap karyawan. Di sisi lain, kinerja perusahaan mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis, seperti profitabilitas, efisiensi operasional, reputasi, dan keberlanjutan jangka panjang. Pelaksanaan CSR yang baik dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta menarik minat investor dan konsumen. Dengan demikian, semakin aktif dan konsisten perusahaan dalam melaksanakan program CSR, maka semakin besar pula kontribusinya terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial tidak hanya merupakan kewajiban moral, tetapi juga strategi bisnis yang mampu menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan teori agensi, yang mengkaji hubungan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajer (agen) serta potensi konflik kepentingan yang dapat muncul akibat perbedaan tujuan dan informasi yang tidak seimbang. Dalam konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan yang menerapkan CSR dengan baik berusaha untuk menciptakan nilai sosial dan lingkungan yang sejalan dengan kepentingan jangka panjang, baik bagi pemilik maupun masyarakat. Teori agensi berperan dalam menjelaskan bagaimana penerapan CSR dapat mengurangi konflik kepentingan antara pemilik dan manajer, di mana manajer yang berkomitmen pada tanggung jawab sosial perusahaan lebih cenderung membuat keputusan yang menguntungkan dalam jangka panjang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kinerja perusahaan. Dengan fokus pada tanggung jawab sosial, perusahaan dapat membangun hubungan positif dengan pemangku kepentingan, yang tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat tetapi juga bagi keberlanjutan finansial perusahaan. Oleh karena itu, CSR dapat dilihat sebagai salah satu cara untuk menyelaraskan kepentingan pemilik dan manajer, sekaligus berkontribusi pada kinerja perusahaan yang lebih baik.

Hubungan dengan Teori agensi mengidentifikasi potensi konflik antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agen*) yang dapat memengaruhi pengambilan

keputusan dalam perusahaan. Dalam konteks CSR, teori agensi menyarankan bahwa pemilik perusahaan, sebagai *principal*, mungkin memiliki preferensi untuk meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan, sementara manajer, sebagai agen, mungkin lebih fokus pada pengurangan biaya jangka pendek atau pencapaian target finansial yang lebih langsung. Konflik kepentingan ini berpotensi menghalangi implementasi CSR yang maksimal.

Namun, CSR dapat sejalan dengan teori agensi, terutama apabila manajer yang mengelola perusahaan memiliki insentif yang sejalan dengan kepentingan pemilik dalam hal keberlanjutan jangka panjang. Jika manajer merasa terikat pada prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, mereka akan mengadopsi kebijakan yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada peningkatan reputasi perusahaan dan hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan. Dalam hal ini, CSR dapat membantu menyelaraskan kepentingan antara pemilik dan manajer, sehingga keduanya dapat bekerja menuju tujuan bersama yang lebih luas dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan yang melaksanakan CSR secara efektif dapat mengurangi konflik agensi karena CSR dapat meningkatkan kepercayaan publik dan meningkatkan reputasi perusahaan di mata pemangku kepentingan. Oleh karena itu, dengan implementasi CSR yang tepat, kepentingan pemilik dan manajer dapat menjadi lebih terkoordinasi, menjadikannya sejalan dengan teori agensi yang menekankan pentingnya keselarasan kepentingan dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil ini memperkaya literatur yang mendukung hubungan positif antara CSR dan kinerja perusahaan. Namun, adanya perbedaan hasil dalam penelitian sebelumnya juga menunjukkan perlunya studi lanjutan yang mempertimbangkan variabel mediasi atau moderasi, seperti ukuran perusahaan, jenis industri, atau tingkat integrasi CSR dalam strategi perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawardani & Muslichah, 2020), (Naek & Tjun, 2020), (Adnyani et al., 2020), (Agustina et al., 2015) dan (Joesmana, 2017) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Hafidzah, 2013) dan (Melawati, 2016) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. Kondisi perusahaan manufaktur di Indonesia menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan masih inkonsisten. Beberapa studi menemukan pengaruh positif CSR terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan, namun ada pula yang menemukan pengaruh tidak signifikan atau bahkan negatif, terutama jika CSR tidak terintegrasi dengan baik dalam strategi bisnis perusahaan. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR yang efektif dan selaras dengan tujuan bisnis menjadi kunci untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui tanggung jawab sosial.

Pengaruh Kepemilikan Keluarga terhadap Social Corporate Responsibility

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR). Artinya, semakin besar proporsi saham yang dimiliki oleh keluarga dalam perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatan perusahaan dalam

aktivitas CSR. Keluarga sebagai pemilik cenderung memiliki kepentingan jangka panjang terhadap keberlanjutan perusahaan, sehingga mereka lebih peduli terhadap dampak sosial, lingkungan, dan kesejahteraan para pemangku kepentingan. Kepemilikan keluarga juga berkaitan dengan nilai-nilai non-ekonomi, seperti warisan, reputasi keluarga, dan tanggung jawab sosial. Hal ini membuat perusahaan keluarga lebih terdorong untuk menjaga nama baiknya di masyarakat melalui pelaksanaan CSR. Komitmen terhadap CSR tidak semata-mata dilihat sebagai beban biaya, tetapi sebagai investasi reputasi yang penting untuk menjaga hubungan dengan komunitas dan pemangku kepentingan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, motivasi keluarga dalam mempertahankan citra dan keberlangsungan perusahaan turut mendorong pelaksanaan CSR secara aktif dan konsisten. Selain itu, perusahaan dengan kepemilikan keluarga sering kali memiliki struktur pengambilan keputusan yang lebih cepat dan langsung, sehingga memungkinkan pengintegrasian strategi CSR ke dalam arah kebijakan perusahaan secara lebih efektif. Dengan demikian, pengaruh positif dan signifikan antara kepemilikan keluarga dan CSR menunjukkan bahwa peran pemilik keluarga dalam pengelolaan perusahaan menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong tercapainya praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Dalam kerangka teori agensi, konflik kepentingan antara pemilik (principal) dan manajer (agen) menjadi perhatian utama, terutama ketika manajer tidak sepenuhnya bertindak demi kepentingan pemilik. Namun, dalam perusahaan dengan kepemilikan keluarga, konflik agensi cenderung lebih kecil karena pemilik dan manajer sering kali merupakan individu atau kelompok yang sama. Keterlibatan langsung keluarga dalam manajemen memungkinkan mereka untuk mengarahkan strategi perusahaan, termasuk keputusan terkait Corporate Social Responsibility (CSR), sesuai dengan nilai dan kepentingan jangka panjang keluarga. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR sejalan dengan teori agensi, karena keterlibatan pemilik dalam pengelolaan dapat meminimalkan biaya agensi. Keluarga sebagai pemilik umumnya memiliki insentif untuk menjaga reputasi dan keberlanjutan perusahaan, termasuk dengan mengimplementasikan program CSR yang mencerminkan tanggung jawab sosial dan komitmen etis. Dengan demikian, pelaksanaan CSR bukan hanya strategi bisnis, tetapi juga wujud dari kepedulian keluarga terhadap komunitas, lingkungan, dan nilai sosial yang lebih luas. Selain itu, teori agensi menyatakan bahwa semakin kuat kontrol pemilik terhadap manajemen, semakin kecil kemungkinan manajer bertindak menyimpang dari tujuan utama perusahaan. Dalam konteks ini, kepemilikan keluarga dapat menjadi alat kontrol yang efektif terhadap kebijakan CSR yang dijalankan. Oleh karena itu, keterkaitan positif antara kepemilikan keluarga dan CSR mencerminkan keselarasan kepentingan antara agen dan prinsipal, sehingga mendukung prinsip dasar teori agensi.

Hasil penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lanjutan mengenai bagaimana nilai-nilai keluarga, budaya organisasi, dan generasi pemilik mempengaruhi intensitas dan kualitas implementasi CSR. Selain itu, dapat dilakukan studi perbandingan antara perusahaan keluarga dan non-keluarga dalam praktik CSR di berbagai sektor industri. Penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan (Khan et al., 2013) perusahaan keluarga merupakan perusahaan paling dominan di Bangladesh dengan budaya dewan Pengaruh Kepemilikan Keluarga direksi yang kuat sehingga sering mengindahkan prinsip-prinsip dari corporate governance. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang dikontrol oleh keluarga menggunakan struktur modal yang akan memaksimalkan kepentingan pribadi, sehingga pihak manajemen mungkin merasa takut mengeluarkan biaya untuk melakukan praktik CSR mengingat jumlah biaya yang harus dikeluarkan untuk praktik CSR tersebut adalah cukup besar. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan (Sari, 2016) dimana kepemilikan keluarga memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR di perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kepemilikan keluarga memiliki tingkat tanggung jawab yang lebih dalam mengelola perusahaan, termasuk dalam hal pengungkapan CSR karena tinggi perusahaan keluarga lebih berkomitmen agar dapat mewariskan perusahaan kepada generasi selanjutnya. Perusahaan food and beverage yang dimiliki keluarga di Indonesia cenderung lebih aktif dalam menjalankan dan mengungkapkan CSR, terutama jika keluarga pemilik juga terlibat dalam manajemen dan didukung oleh faktor-faktor seperti pendidikan manajemen dan kondisi keuangan yang sehat. Namun, tingkat keterlibatan keluarga yang terlalu dominan dan usia perusahaan yang sudah lama dapat menurunkan efektivitas pelaksanaan CSR. Secara keseluruhan, kepemilikan keluarga berperan penting dalam mendorong tanggung jawab sosial perusahaan di sektor ini.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Social Corporate Responsibility

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Artinya, meskipun arah hubungannya positif, kepemilikan saham oleh manajer belum memberikan dorongan yang cukup kuat terhadap pelaksanaan kegiatan CSR dalam perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena proporsi kepemilikan yang relatif kecil tidak cukup memberi pengaruh yang kuat terhadap pengambilan keputusan strategis, termasuk kebijakan sosial dan lingkungan. Dalam banyak kasus, manajer lebih fokus pada pencapaian target keuangan jangka pendek karena terkait langsung dengan kompensasi dan penilaian kinerja mereka. Ketika kepemilikan saham yang mereka miliki tidak besar, insentif untuk mendorong program CSR yang umumnya berdampak dalam jangka panjang menjadi rendah. Akibatnya, keterlibatan manajerial dalam CSR cenderung tidak signifikan karena kurangnya kontrol dan pengaruh yang substansial dalam menetapkan arah kebijakan perusahaan secara menyeluruh. Di sisi lain, CSR sering kali membutuhkan dukungan dari level kepemimpinan tertinggi dan pemilik mayoritas, karena pelaksanaannya menyangkut komitmen sumber daya dan reputasi jangka panjang perusahaan. Ketika manajer tidak memiliki kepemilikan yang cukup besar, maka keputusannya terhadap CSR bisa lebih terpengaruh oleh kebijakan pemilik dominan. Oleh sebab itu, meskipun kepemilikan manajerial berkontribusi secara positif terhadap CSR, pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk memberikan hasil yang signifikan.

Dalam perspektif teori agensi, kepemilikan manajerial dianggap sebagai salah satu mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan antara pemilik (principal) dan manajer (agen). Ketika manajer memiliki saham perusahaan, mereka secara teoritis akan lebih terdorong untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik karena mereka juga akan menerima manfaat langsung dari keberhasilan perusahaan. Salah satu wujudnya bisa melalui komitmen terhadap Corporate Social Responsibility (CSR), yang mendukung reputasi dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap CSR, yang tidak sepenuhnya sejalan dengan teori agensi. Secara teori, manajer yang menjadi pemilik seharusnya memiliki insentif lebih besar untuk menjalankan kebijakan strategis jangka panjang seperti CSR. Akan tetapi, jika porsi kepemilikan manajer relatif kecil, maka insentif tersebut bisa menjadi lemah dan kurang efektif dalam memotivasi keterlibatan aktif dalam implementasi CSR. Dalam kondisi seperti ini, manajer masih bisa terdorong untuk lebih fokus pada pencapaian target jangka pendek yang lebih langsung berdampak pada kompensasi pribadi.

Oleh karena itu, meskipun teori agensi memprediksi adanya hubungan positif antara kepemilikan manajerial dan pengurangan konflik kepentingan (termasuk dalam konteks CSR), kenyataan empiris dari hasil yang tidak signifikan menunjukkan bahwa efektivitas mekanisme ini sangat bergantung pada besar kecilnya kepemilikan dan pengaruh manajer dalam struktur perusahaan. Dengan demikian, dalam konteks penelitian ini, pengaruh kepemilikan manajerial terhadap CSR dapat dikatakan tidak sepenuhnya sejalan dengan teori agensi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo, 2023) yang menyatakan variabel kepemilikan saham manajerial berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dan (Adnantara, 2014) dimana hasil penelitian menemukan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan pada CSR. Hal ini dimungkinkan karena secara statistik rata-rata jumlah kepemilikan saham manajerial pada perusahaan sampel relatif kecil yang menyebabkan belum terdapat keselarasan kepentingan antara agen dan principal dan mendukung penelitian lain yang dilakukan oleh (Asyirin et al., 2018), dimana memberikan bukti empiris variabel kepemilikan saham manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR dan variabel kepemilikan saham manajerial mempunyai hubungan yang berlawanan arah terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini membuka peluang penelitian lebih lanjut mengenai kondisi-kondisi spesifik yang membuat kepemilikan manajerial efektif dalam mendorong CSR. Misalnya, apakah terdapat pengaruh yang berbeda pada perusahaan besar vs. kecil, sektor industri tertentu, atau dalam konteks budaya organisasi yang lebih mendukung keberlanjutan. Variabel mediasi atau moderasi seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, atau komitmen etis juga dapat menjadi fokus studi berikutnya. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rawi, 2008) dan (Rosmasita, 2007) yang menunjukkan hasil bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Kepemilikan manajerial di perusahaan sub sektor food and beverage cenderung memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, meskipun pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dan aspek perpajakan terkait CSR tidak selalu signifikan. Manajerial yang memiliki saham lebih termotivasi untuk meningkatkan transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan, namun pengungkapan CSR belum tentu berdampak langsung pada nilai perusahaan di sektor ini.

Pengaruh Kepemilikan Keluarga terhadap Kinerja Perusahaan melalui Social Corporate Responsibility

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui Corporate Social Responsibility (CSR). Hal ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR menjadi jalur penting dalam memperkuat hubungan antara kepemilikan keluarga dan peningkatan kinerja perusahaan. Keluarga sebagai pemilik tidak hanya berkontribusi langsung terhadap keputusan strategis, tetapi juga menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan publik dan daya saing perusahaan. Keluarga yang memiliki saham mayoritas cenderung menjadikan CSR sebagai bagian dari nilai dan visi perusahaan, karena mereka memiliki kepedulian terhadap reputasi dan warisan usaha dalam jangka panjang. Pelaksanaan CSR yang konsisten pada aspek nilai ekonomi, energi, emisi gas rumah kaca, dan kesejahteraan karyawan menjadi cerminan dari kepemimpinan keluarga yang bertanggung jawab. Komitmen ini mampu menciptakan hubungan yang lebih harmonis dengan para pemangku kepentingan, memperkuat loyalitas konsumen, dan menciptakan citra perusahaan yang positif di mata masyarakat luas. Dengan meningkatnya pelaksanaan CSR yang dipengaruhi oleh kepemilikan keluarga, maka tercipta dampak tidak langsung yang memperkuat kinerja perusahaan. CSR menjadi saluran strategis untuk memperkuat nilai tambah perusahaan, baik dari sisi operasional maupun reputasi. Oleh karena itu, temuan ini mempertegas bahwa kepemilikan keluarga tidak hanya berdampak langsung terhadap kinerja, tetapi juga memberikan kontribusi melalui peran CSR sebagai mekanisme penghubung yang efektif dan berkelanjutan.

Dalam kerangka teori agensi, kepemilikan keluarga dipandang sebagai salah satu mekanisme pengendalian yang dapat mengurangi konflik antara pemilik (principal) dan manajer (agen). Ketika keluarga memiliki kontrol langsung atas perusahaan, mereka cenderung meminimalkan biaya agensi dengan terlibat langsung dalam pengambilan keputusan strategis, termasuk dalam pelaksanaan kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR). CSR dalam hal ini berfungsi sebagai alat untuk memperkuat reputasi dan memastikan keberlanjutan bisnis, yang sejalan dengan kepentingan jangka panjang keluarga sebagai pemilik. Temuan bahwa kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui CSR sejalan dengan teori agensi. CSR menjadi jembatan yang menghubungkan tujuan sosial dengan pencapaian kinerja ekonomi, dan keterlibatan langsung pemilik keluarga dalam mendorong pelaksanaan CSR menunjukkan upaya mereka untuk mengendalikan risiko reputasi serta memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Dengan mengarahkan CSR secara strategis, keluarga mampu menjaga

kepentingan mereka sekaligus memenuhi harapan pemangku kepentingan eksternal, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Dengan demikian, pelaksanaan CSR yang dipicu oleh kepemilikan keluarga tidak hanya menjadi alat legitimasi sosial, tetapi juga berperan dalam menyelaraskan kepentingan agen dan prinsipal. Ini mencerminkan bahwa kepemilikan keluarga mampu menggunakan CSR sebagai instrumen untuk mencapai efisiensi organisasi dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, pengaruh tidak langsung ini memperkuat relevansi teori agensi dalam menjelaskan peran kepemilikan keluarga terhadap kinerja perusahaan melalui CSR.

Di sub sektor food and beverage, kepemilikan keluarga cenderung memberikan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, dan CSR berperan sebagai salah satu mekanisme yang memperkuat hubungan tersebut. Perusahaan keluarga biasanya lebih memperhatikan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari upaya menjaga reputasi dan keberlanjutan bisnis, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja dan nilai perusahaan. Namun, efektivitas pengaruh ini juga dipengaruhi oleh faktor moderasi seperti strategi bisnis dan tata kelola perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Kinerja Perusahaan melalui Social Corporate Responsibility

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui CSR. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat kecenderungan bahwa manajer yang memiliki saham mendorong pelaksanaan CSR yang berdampak positif terhadap kinerja, pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk menghasilkan kontribusi yang signifikan secara statistik. Salah satu penyebabnya dapat berasal dari rendahnya proporsi kepemilikan saham oleh manajer yang membuat pengaruh mereka terhadap kebijakan strategis, termasuk CSR, menjadi terbatas. Manajer yang juga merupakan pemilik dalam jumlah kecil mungkin memiliki perhatian terhadap kinerja jangka panjang, tetapi tetap memiliki kecenderungan fokus pada tujuan jangka pendek yang berdampak langsung pada insentif pribadi mereka. CSR yang menuntut investasi dan pengelolaan berkelanjutan sering kali tidak menjadi prioritas utama dalam kondisi seperti ini. Akibatnya, CSR tidak dijalankan secara optimal dan kontribusinya terhadap peningkatan kinerja pun tidak maksimal. Di sisi lain, keputusan strategis terkait CSR sering kali tetap berada di tangan pemilik mayoritas atau dewan direksi. Dalam konteks ini, manajer dengan kepemilikan minoritas tidak memiliki pengaruh dominan untuk mendorong implementasi CSR yang terintegrasi dalam strategi perusahaan. Oleh karena itu, walaupun terdapat hubungan positif antara kepemilikan manajerial dan kinerja melalui CSR, kekuatan pengaruh tersebut belum cukup untuk menghasilkan perbedaan signifikan dalam kinerja perusahaan.

Dalam teori agensi, kepemilikan manajerial dipandang sebagai mekanisme internal yang dapat mengurangi konflik kepentingan antara agen (manajer) dan prinsipal (pemilik). Dengan memiliki saham, manajer diharapkan memiliki insentif untuk bertindak selaras dengan kepentingan pemilik karena keberhasilan perusahaan juga akan menguntungkan mereka secara langsung.

CSR dapat menjadi sarana bagi manajer untuk menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, yang pada gilirannya mendukung kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Namun, temuan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui CSR menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak sepenuhnya sejalan dengan teori agensi. Meskipun teori agensi memprediksi bahwa kepemilikan saham oleh manajer akan meningkatkan tanggung jawab mereka terhadap perusahaan dan pemangku kepentingan, dalam praktiknya, hal ini sangat tergantung pada besar kecilnya kepemilikan yang dimiliki. Jika proporsi kepemilikan manajer rendah, insentif untuk terlibat aktif dalam pengambilan keputusan strategis termasuk pelaksanaan CSR menjadi minim. Ketidaksignifikanan hubungan ini mencerminkan keterbatasan efektivitas kepemilikan manajerial sebagai alat pengurang konflik agensi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, meskipun secara teoritis diharapkan selaras, hasil empiris menunjukkan bahwa pengaruh kepemilikan manajerial terhadap kinerja perusahaan melalui CSR tidak sepenuhnya sejalan dengan teori agensi, khususnya dalam konteks kepemilikan saham manajer yang tidak dominan. Di sub sektor food and beverage, kepemilikan manajerial berperan dalam meningkatkan perhatian dan pengungkapan CSR, yang menjadi salah satu mekanisme tidak langsung dalam mendukung kinerja perusahaan. Namun, pengaruh kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan melalui CSR masih bersifat lemah dan tidak selalu signifikan secara statistik. Faktor-faktor lain seperti kepemilikan institusional, struktur modal, umur, dan ukuran perusahaan turut memoderasi hubungan ini.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, kepemilikan keluarga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, artinya semakin tinggi kepemilikan keluarga maka semakin meningkat pula kinerja perusahaan. Kedua, kepemilikan manajerial juga berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, namun pengaruh tersebut tidak signifikan. Ketiga, penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, sehingga semakin tinggi pelaksanaan CSR maka semakin baik pula kinerja perusahaan. Keempat, kepemilikan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR, sedangkan kepemilikan manajerial hanya menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan. Kelima, kepemilikan keluarga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui CSR, sementara kepemilikan manajerial meskipun menunjukkan arah positif, tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui CSR.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa saran. Pertama, penelitian hanya menggunakan sampel delapan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, sehingga disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas jumlah sampel dan sektor industri agar hasil lebih representatif. Kedua, penelitian ini terbatas pada variabel kepemilikan keluarga,

kepemilikan manajerial, CSR, dan kinerja perusahaan; oleh karena itu, variabel tambahan seperti ukuran perusahaan, leverage, atau kepemilikan institusional sebaiknya dimasukkan untuk memperkaya analisis. Ketiga, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pemegang saham dan manajemen perusahaan agar lebih memperhatikan struktur kepemilikan dan implementasi CSR demi meningkatkan kinerja jangka panjang dan keberlanjutan perusahaan. Keempat, selain menggunakan data sekunder dari laporan tahunan dan keberlanjutan, penelitian mendatang juga dapat mengombinasikannya dengan wawancara langsung terhadap manajemen atau pemilik perusahaan untuk menggali motivasi kepemilikan serta kebijakan CSR secara lebih mendalam. Kelima, bagi regulator dan otoritas pasar modal, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan tata kelola perusahaan, khususnya terkait transparansi kepemilikan dan pelaporan CSR, guna mendukung terciptanya iklim investasi yang sehat dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Adnantara, K. F. (2014). Pengaruh struktur kepemilikan saham dan corporate social responsibility pada nilai perusahaan. *Buletin Studi Ekonomi*, 44, 232.
- Adnyani, N. P. S., Endiana, I. D. M., & Arizona, P. E. (2020). Pengaruh penerapan good corporate governance dan corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 2(2).
- Agustina, S., Swantara, I. M. D., & Suartha, I. N. (2015). Isolasi kitin, karakterisasi, dan sintesis kitosan dari kulit udang. *Jurnal Kimia*, 9(2), 271–278.
- Anisah, N., & Hartono, U. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Asing terhadap Kinerja Perusahaan Sub-Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1048–1056.
- Armini, N. N. A., & Wirama, D. G. (2015). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial dan kebijakan dividen pada kinerja perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 12(2), 313–327.
- Asyirin, R., Paminto, A., & Nadir, M. (2018). Pengaruh struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 3(4).
- Azizah, F., & Amin, M. Al. (2020). Pengaruh koneksi politik terhadap kinerja perusahaan. *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, 4(1), 1–17.
- Brata, Z. D., & Sari, M. M. R. (2019). Analisis faktor yang memengaruhi kredibilitas kinerja perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1801–1818.
- FX Kurniawan Tjakrawala, H. T. (2020). Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan publik, dan kepemilikan asing terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(2), 736. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7655>
- Hafidzah, F. N. (2013). Pengaruh corporate social responsibility (CSR) dan good corporate governance (GCG) terhadap kinerja perusahaan pada

- perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index, periode 2008–2012. UIN Sunan Kalijaga.
- Handoyo, S., & Agustianingrum, W. B. (2017). GCG role and audit quality in reducing earnings management action in Indonesian manufacturing firms. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(3), 436–445.
- Hardi, E., & Chairina, C. (2019). The effect of sustainability reporting disclosure and its impact on companies' financial performance. *Journal of Wetlands Environmental Management*, 7(1), 67–75.
- Harymawan, I., Nasih, M., Agustia, D., Putra, F. K. G., & Djajadikerta, H. G. (2022). Investment efficiency and environmental, social, and governance reporting: Perspective from corporate integration management. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1186–1202.
- Herrera, J., & de las Heras-Rosas, C. (2020). Corporate social responsibility and human resource management: Towards sustainable business organizations. *Sustainability*, 12(3), 841.
- Irhami, W., & Diana, N. (2020). Pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, kinerja keuangan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2016–2018). *E-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(10).
- Iswati, W. (2020). Pengaruh pengungkapan laporan keberlanjutan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan. Universitas Airlangga.
- Ivan, A., & Raharja, S. (2021). Pengaruh kepemilikan keluarga, kepemilikan institusi dan kepemilikan asing terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(2), 1–8.
- Izazi, W. F. (2022). Pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan corporate governance terhadap pengungkapan sustainability report (Studi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2021). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Karnawati, Y. (2018). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap manajemen laba dan kinerja perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur). *Jurnal Ekonomi*, 9(2), 163–176.
- Khan, H. A. A., Shad, S. A., & Akram, W. (2013). Resistance to new chemical insecticides in the house fly, *Musca domestica* L., from dairies in Punjab, Pakistan. *Parasitology Research*, 112, 2049–2054.
- Lestari, N. P., & Juliarto, A. (2017). Pengaruh dimensi struktur kepemilikan terhadap kinerja perusahaan manufaktur. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 742–751.
- Malahayati, M., Masui, T., & Anggraeni, L. (2021). An assessment of the short-term impact of COVID-19 on economics and the environment: A case study of Indonesia. *Economia*, 22(3), 291–313.

- Naek, T., & Tjun, L. T. (2020). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2017. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 123–136.
- Naek, T., & Tjun Tjun, L. (2020). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2017. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 123–136. <https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2323>
- Prasetyo, M. S. (2023). Pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan asing terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 61–69.
- Rahmawardani, D. D., & Muslichah, M. (2020). Corporate social responsibility terhadap manajemen laba dan kinerja perusahaan. *JRAK*, 12(2), 52–59.
- Rawi, R. (2008). Pengaruh kepemilikan manajemen, institusi, dan leverage terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Rosmasita, H. (2007). Faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan sosial (social disclosure) dalam laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Jakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Sari, D. M., & Wulandari, P. P. (2021). Pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 22(1), 1–18.
- Tarmizi, A., & Perkasa, D. H. (2022). Pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan keluarga, dan thin capitalization terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK)*, 3(1), 47–61. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v3i1.182>
- Wijaya, A. T., & Fikri, M. A. (2019). Analisis pengaruh kebijakan hutang terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 9(1), 35–48. <https://doi.org/10.12928/fokus.v9i1.1548>
- Wijaya, H., & Mauren, H. C. (2020). Factors influencing income smoothing practices with firm size moderation. *Jurnal Akuntansi*, 24(2), 250–265.
- Yopie, S., & Desiani, D. (2021). Pengaruh kinerja perusahaan keluarga dengan gender, kepemilikan manajerial, kepemilikan keluarga, board characteristic, umur perusahaan, ukuran perusahaan dan sektor bisnis perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 2227–2241.