

# **PENGUKURAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE DENGAN MENGGUNAKAN PROFITABILITAS, REPUTASI, DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL PREDIKTOR**

<sup>1</sup>Nurus Shobah\*, <sup>2</sup>Puji Handayati

<sup>1,2</sup>Departemen Akuntansi, Universitas Negeri Malang

Jl. Semarang 5 Malang, Jawa Timur

<sup>2</sup>puji.handayati.fe@um.ac.id

\*Corresponding author: <sup>1</sup>nurus.shobah.1904226@students.um.ac.id

## **Abstrak**

*Pandemi COVID-19 membuat khawatir semua sektor kehidupan. Dahsyatnya dampak yang ditimbulkan membuat seluruh pihak saling membantu untuk mengurangi dampak pandemi, termasuk perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) adalah wujud kepedulian perusahaan terhadap perubahan kepada lingkungan sekitarnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji profitabilitas, reputasi, dan good corporate governance yang diproksikan komisaris independen dan komite audit terhadap CSR disclosure. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2020-2021. Sampel sebanyak 32 perusahaan manufaktur berhasil dipilih melalui metode purposive sampling. Data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan diperoleh dari website BEI dan perusahaan. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi dan komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap CSR disclosure, sedangkan profitabilitas dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap CSR disclosure. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk perusahaan agar lebih berfokus dalam CSR karena pengungkapannya yang cukup rendah.*

**Kata Kunci:** CSR disclosure, good corporate governance, profitabilitas, reputasi

## **Abstract**

*The COVID-19 pandemic is worrying all sectors of life. The enormity of the impact has prompted all parties to help each other in reducing the impact of the pandemic, including companies. Corporate Social Responsibility (CSR) is a manifestation of the company's concern for changes to the surrounding environment. The purpose of this study was to analyze the influence of profitability, reputation, and good corporate governance proxied by independent commissioners and audit committees on CSR disclosure. The population of this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2020-2021. A sample of 32 manufacturing companies was successfully selected through a purposive sampling method. Secondary data in the form of annual reports and company sustainability reports are obtained from the IDX website and company websites. The analysis technique uses multiple linear regression. The results showed that the reputation and audit committee had a significant positive effect on CSR disclosure, while profitability and independent commissioners have no effect on CSR disclosure. So, this research is expected to be a consideration for companies to focus more on CSR because the disclosure is quite low.*

**Keywords:** CSR disclosure, good corporate governance, profitability, reputation

## PENDAHULUAN

Pandemi *Coronavirus Disease 19* (COVID-19) yang terjadi sejak tahun 2020 menyebabkan berbagai aktivitas terhambat hingga terpaksa berhenti untuk sementara waktu. Sektor ekonomi memiliki warna tersendiri bagi perjalanan sejarah ekonomi modern pada setiap negara, khususnya Indonesia. *International Monetary Fund* melaporkan bahwa perekonomian Indonesia selama pandemi COVID-19 turun 2%, jumlah pengangguran bertambah 3,7 juta, dan angka kemiskinan naik 10% (Triana, Sulastri, & Humaedi, 2020). Hal ini membuat perusahaan kesulitan untuk bertahan dan berkembang selama pandemi tetapi di sisi lain, perusahaan perlu memenuhi ekspektasi publik terkait kontribusi perusahaan dalam memerangi pandemi (Lee & Cho, 2022). Kondisi ini menjadi peluang perusahaan untuk membangun hubungan baik di antara masyarakat melalui kegiatan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut Laskar dan Maji (2018) CSR *disclosure* adalah pengungkapan kewajiban perusahaan sebagai sebuah institusi yang berdampak pada sosial lingkungan. CSR *disclosure* dinilai sebagai komitmen perusahaan terhadap *stakeholders* untuk saling memberi makna positif dalam meningkatkan taraf hidup bersama (Handayati, Wafaretta, Anugrahani, & Fauzan, 2021). Kewajiban pelaksanaan CSR ini telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Ayat 1. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara berkembang dengan tingkat pelaporan tanggung jawab sosialnya paling tinggi di dunia dengan persentase pelaporan sebesar 90% berdasarkan survei Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG) pada tahun 2015 (KPMG, 2015).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa profitabilitas menjadi salah satu yang bisa meningkatkan CSR *disclosure*. Badan Pusat Statistik menyimpulkan hasil survei bahwa sebanyak 82,85% perusahaan mengalami penurunan profit akibat pandemi COVID-19 (Triana et al., 2020). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap CSR *disclosure* (Welbeck, Owusu, Bekoe, & Kusi, 2017). Penelitian lain menjelaskan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap CSR *disclosure* (Kuncorowati, Miqdad, & Roziq, 2021; Purbawangsa, Solimun, Fernandes, & Rahayu, 2020; Wulandari & Zulhaimi, 2017; Zeng, 2016) dan tidak berpengaruh terhadap CSR *disclosure* (Hunafah, Zahwa & Hasnawati, 2022; Sumilat & Destriana, 2017).

Faktor lain yang mendorong CSR *disclosure* adalah reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang naik akan menyebabkan perusahaan mengungkapkan CSR *disclosure* secara lebih luas agar bisa meningkatkan pengembalian keuangannya (Dyduch & Krasodomska, 2017; Hasan & Yun, 2017; Suryani & Rofida, 2020). Penelitian lain mengatakan sebaliknya bahwa perusahaan yang memiliki reputasi buruk akibat operasinya yang berdampak besar terhadap lingkungan akan lebih buruk dalam mengungkapkan CSR *disclosure* (Vanhamme & Grobbsen, 2009; Welbeck et al., 2017).

Faktor *Good Corporate Governance* (GCG) memengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR *disclosure*. *Good corporate governance* ini menjadi pondasi perusahaan dalam menciptakan pengendalian dan pengawasan untuk memastikan agar visi misi perusahaan tetap *on the track* (Susanto & Joshua, 2018). Salah satu karakteristik *good corporate governance* adalah komisararis independen sebagai salah satu pihak independen perusahaan. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa komisararis independen dan CSR *disclosure* memiliki hubungan yang positif (Kuncorowati et al., 2021; Purbawangsa et al., 2020; Ullah, Muttakin, & Khan, 2019). Hasil sebaliknya

ditemukan dalam beberapa penelitian lain yang berpengaruh negatif (Zhou, 2019) dan tidak berpengaruh (Handayati, 2017; Suyono & Farooque, 2018). Komite audit selaku komite yang membantu dalam menjalankan fungsi audit menjadi karakteristik dalam *good corporate governance*. Penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji hubungan komite audit dan CSR *disclosure* menunjukkan pengaruh positif (Appuhami & Tashakor, 2017; Handayati, 2017; Kuncorowati et al., 2021; Susanto & Joshua, 2018). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hubungan keduanya memiliki pengaruh negatif (Purbawangsa et al., 2020; Suyono & Farooque, 2018).

Perbedaan hasil penelitian tersebut karena perbedaan sampel, waktu, dan tempat penelitian. Selain itu, masih sedikit penelitian yang menguji faktor-faktor yang memengaruhi CSR *disclosure* saat pandemi COVID-19. CSR *disclosure* selama pandemi COVID-19 menjadi sorotan karena peningkatan kegiatan CSR dinilai menjadi salah satu solusi yang baik dalam merespons pandemi COVID-19 (Manuel & Herron, 2020; Raimo, Rella, Vitolla, Sánchez-Vicente, & García-Sánchez, 2021). Dunia bisnis saat ini memiliki banyak permintaan untuk mengungkapkan CSR *disclosure* (Bae, El, Gong, & Guedhami, 2021; Marom & Lussier, 2020). Perusahaan yang merespons dengan cepat atas perubahan lingkungan sekitarnya akan lebih baik kinerjanya daripada perusahaan yang meresponsnya dengan lambat (Huang, Chen, & Nguyen, 2020). Keterbaruan penelitian ini adalah penggunaan variabel reputasi perusahaan dengan pengukuran baru. Hanya sedikit studi mengeksplorasi pengukuran variabel ini. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh profitabilitas, reputasi, dan *good corporate governance* yang diprosikan komisaris independen dan komite audit terhadap CSR *disclosure*. Penelitian ini berkontribusi menambah literatur faktor-faktor yang memengaruhi CSR *disclosure* saat pandemi COVID-19. Selain itu, penelitian ini menjadi masukan agar perusahaan lebih memerhatikan CSR sebagai kontribusi perusahaan terhadap dampak pandemi COVID-19.

## **KERANGKA TEORI**

### **Teori Legitimasi**

Hubungan antara perusahaan dan masyarakat menjadi fokus teori ini. Dowling dan Pfeffer menjadi pencetus pertama teori ini pada tahun 1975 (Permatasari & Setyastrini, 2019). Teori legitimasi menekankan bahwa perusahaan tidak cukup hanya melakukan garis tindakan dalam hal mencapai tujuan perusahaan, tetapi juga menaati nilai-nilai masyarakat (Bowrey & Clements, 2019). Teori legitimasi juga memiliki arti sebagai batasan-batasan dalam nilai-nilai masyarakat dan bagaimana perusahaan menyikapi batasan-batasan tersebut (Graafland & Smid, 2019).

### **CSR Disclosure**

Corporate Social Responsibility *disclosure* merupakan laporan yang berisi informasi kuantitatif atau kualitatif dari dampak operasional perusahaan terhadap sosial dan lingkungannya yang akan menimbulkan konsekuensi bagi struktur finansial perusahaan (Bowrey & Clements, 2019). CSR *disclosure* menjadi alat komunikasi perusahaan dengan beberapa *stakeholders*, seperti konsumen, masyarakat, karyawan, dan lingkungan untuk merubah harapan dan persepsi mereka terhadap kinerja perusahaan (Lopata & Rogatka, 2021). CSR *disclosure* berperan menjadi alat evaluasi perusahaan dan menjadi bukti praktik akuntabilitas perusahaan (Irawan, Sumartias, Priyatna & Rahmat, 2022).

## **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah ukuran kesuksesan perusahaan yang ditandai dengan perolehan profit dari berbagai kegiatan yang dijalankan perusahaan (Wulandari & Zulhaimi, 2017). Perolehan profit yang maksimal merupakan harapan bagi semua perusahaan. Kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang akan terjamin jika profitabilitas perusahaan tinggi (Sumilat & Destriana, 2017). Semakin tinggi profitabilitas perusahaan menunjukkan bahwa semakin efisien perusahaan beroperasi (Purbawangsa et al., 2020).

## **Reputasi**

Persepsi negatif maupun positif terhadap perusahaan disebut dengan reputasi perusahaan (Dyduch & Krasodomska, 2017). Reputasi perusahaan timbul atas rasa percaya yang menyeluruh terhadap perusahaan atas penghargaan dan kehormatan tinggi yang telah diraihinya (Suryani & Rofida, 2020). Reputasi yang baik mendorong perusahaan untuk mengembangkan dirinya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen melalui inovasi produk atau jasa baru yang diciptakan (Hasan & Yun, 2017).

## ***Good Corporate Governance***

### **Komisaris Independen**

Komisaris independen ini merupakan komisaris eksternal perusahaan (Susanto & Joshua, 2018). Komisaris independen ini mewakili pemegang saham minoritas dan tidak berhubungan dengan manajemen maupun sesama anggota dewan komisaris yang bisa memengaruhi keputusannya demi kepentingan perusahaan (Handayati, 2017). Komposisi komisaris independen minimal 30 persen dari total komisaris perusahaan menurut Ketentuan Umum Pencatatan Efek Bersifat Ekuitas di Bursa.

### **Komite Audit**

Komite audit ini merupakan komite yang membantu auditor internal menjalankan fungsi audit dan menjaga independensinya (Susanto & Joshua, 2018). Jumlah minimal rapat komite audit menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah satu kali dalam tiga bulan atau empat kali dalam setahun. Komite ini menjadi perantara antara perusahaan dengan auditor eksternal (Appuhami & Tashakor, 2017). Tugas lainnya berkaitan erat dengan menganalisis risiko yang dihadapi perusahaan (Handayati, 2017).

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Profitabilitas dan CSR Disclosure**

Profitabilitas ini menjadi ukuran perolehan laba perusahaan yang membuat manajemen perusahaan lebih fleksibel dalam mengungkapkan CSR disclosure (Zeng, 2016). *Return on Asset* (ROA) digunakan untuk mengukur variabel ini (Purbawangsa et al., 2020; Sumilat & Destriana, 2017). Profitabilitas perusahaan yang tinggi dan didukung dengan manajemen yang memiliki pengetahuan dan pengertian terhadap lingkungan sosialnya membuat CSR disclosure akan semakin luas (Putri, Zulbahridar, & Kurnia, 2017). Teori legitimasi mengungkapkan jika kerja finansial meningkat, maka kinerja lingkungan harus mengikutinya. Beberapa studi terdahulu menjelaskan bahwa profitabilitas dan CSR disclosure memiliki hubungan yang berpengaruh positif (Purbawangsa et al., 2020; Wulandari & Zulhaimi, 2017; Xu & Zeng, 2016).

### **Reputasi dan CSR Disclosure**

Reputasi perusahaan diperoleh dari riwayat tindakan perusahaan dari masa lalu hingga masa mendatang melalui keputusan dan kebijakan yang diterapkan (Welbeck et al., 2017). Penghargaan *Public Disclosure Program for Environmental Compliance*

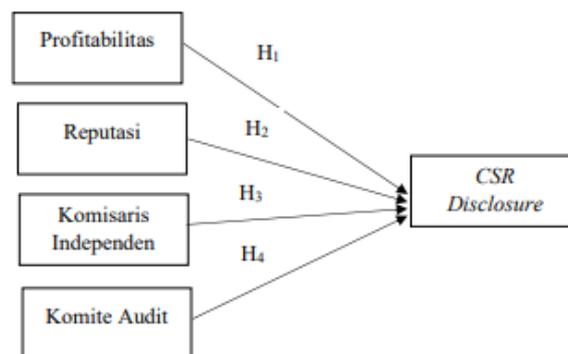
(PROPER) digunakan untuk mengukur variabel ini. Reputasi perusahaan ini menjadi salah satu bagian dari kepercayaan *stakeholder* sehingga perusahaan berusaha melakukan terbaik demi menjaga kepercayaan yang telah diberikan tersebut melalui *CSR disclosure* (Suryani & Rofida, 2020). Teori legitimasi menjelaskan jika reputasi perusahaan baik yang diikuti dengan kinerja lingkungan, maka legitimasi dari lingkungan dan sosial akan diperoleh. Studi terdahulu menemukan bahwa reputasi dan *CSR disclosure* memiliki hubungan yang berpengaruh positif (Dyduch & Krasodomska, 2017; Hasan & Yun, 2017; Suryani & Rofida, 2020).

### **Komisaris Independen dan *CSR Disclosure***

Komisaris independen dianggap sebagai organ utama dalam *good corporate governance*. Bersikap netral atas semua kebijakan yang telah dibuat oleh direksi adalah fungsi utama dari komisaris independen (Handayati, 2017). Proporsi komisaris independen digunakan untuk mengukur variabel ini (Handayati, 2017; Purbawangsa et al., 2020; Ullah et al., 2019). Pengawasan dan pengendalian oleh komisaris independen ini akan membuat perusahaan mengungkapkan *CSR disclosure* secara lebih baik. Beberapa studi terdahulu menemukan bahwa komisaris independen dan *CSR disclosure* memiliki hubungan yang berpengaruh positif (Purbawangsa et al., 2020; Ullah et al., 2019).

### **Komite Audit dan *CSR Disclosure***

Komite audit melakukan pengawasan dan pengendalian ini untuk membantu dewan komisaris, tetapi tanggung jawabnya terpisah dari dewan komisaris (Susanto & Joshua, 2018). Jumlah rapat komite audit dalam setahun digunakan untuk mengukur variabel ini (Appuhami & Tashakor, 2017). Teori legitimasi menjelaskan bahwa sistem pengawasan dan pengendalian komite audit akan membantu perusahaan untuk mengungkapkan kinerja lingkungan dengan lebih baik. Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa komite audit dan *CSR disclosure* memiliki hubungan yang berpengaruh positif (Appuhami & Tashakor, 2017; Handayati, 2017; Susanto & Joshua, 2018).



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

Gambar 1 merupakan gambar kerangka penelitian ini. Hipotesis penelitian disusun adalah sebagai berikut.

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*.

H<sub>2</sub>: Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*.

H<sub>3</sub>: Komisaris independen berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*.

H<sub>4</sub>: Komite audit berpengaruh positif terhadap *CSR disclosure*.

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian asosiatif kausalitas digunakan dalam desain penelitian ini. Desain penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh antar variabel serta hubungan sebab akibat (Sugiyono, 2013). Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel profitabilitas, reputasi, komisaris independen, dan komite audit terhadap CSR disclosure.

### Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2021. Sektor manufaktur dipilih karena memiliki dampak yang lebih kecil daripada sektor lain (Suryani & Rofida, 2020; Xu & Zeng, 2016). Pemilihan tahun 2020-2021 karena tahun terjadinya pandemi COVID-19. Sampel yang dipilih dengan *purposive sampling* sebanyak 32 perusahaan manufaktur (Tabel 1). Adapun kriterianya adalah (1) perusahaan manufaktur terdaftar di BEI tahun 2020-2021; (2) menerbitkan laporan tahunan dan keberlanjutan tahun 2020-2021; dan (3) memiliki data-data yang dibutuhkan dalam mengukur profitabilitas, reputasi, komisaris independen, dan komite audit.

**Tabel 1. Pemilihan Sampel**

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur terdaftar di BEI tahun 2020-2021.	200
Menerbitkan laporan tahunan dan keberlanjutan tahun 2020-2021.	32
Perusahaan manufaktur yang memiliki kelengkapan data.	32
<b>Total</b>	<b>32</b>

### Jenis dan Sumber Data

Data sekunder merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik dokumentasi dengan mencari data sekunder yang digunakan berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Data ini diperoleh dari laman BEI dan perusahaan masing-masing. Berikut ini uraian definisi operasional dan pengukuran variabel tersaji pada Tabel 2.

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
CSR Disclosure (CSR D)	Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	$CSR\ Disclosure = \frac{\sum xy_i}{n_i}$
Profitabilitas (PROF)	Perolehan laba perusahaan	$Return\ on\ Assets = \frac{EAT}{total\ asset}$
Reputasi (REP)	Persepsi terhadap perusahaan	PROPER (hitam = nilai 1, merah = nilai 2, biru = nilai 3, hijau = nilai 4, emas = nilai 5)
Komisaris Independen (KI)	Komisaris diluar perusahaan	$Proporsi\ komisaris\ independen = \frac{komisaris\ independen}{total\ komisaris} \times 100$
Komite Audit (KA)	Komite pembantu komisaris independen	Jumlah rapat komite audit dalam setahun

## Analisis Data

Langkah pertama dalam analisis data penelitian ini adalah uji analisis deskriptif. Data yang dikumpulkan harus memenuhi uji asumsi klasik terlebih dahulu (Sugiyono, 2013). Uji hipotesis dilakukan berikutnya dengan menggunakan rumus regresi linier berganda berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

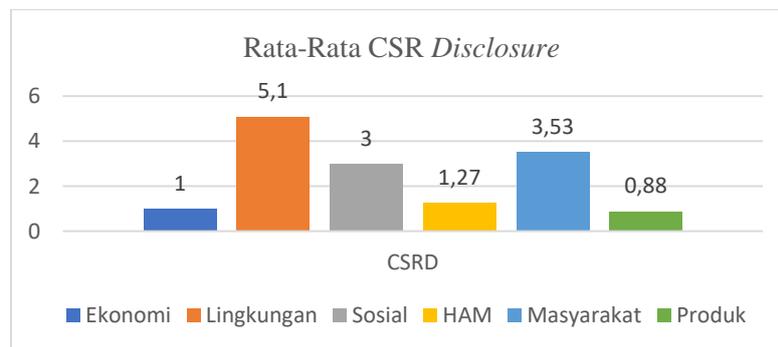
- Y = CSR disclosure
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien regresi variabel independen
- X<sub>1</sub> = Profitabilitas
- X<sub>2</sub> = Reputasi
- X<sub>3</sub> = Komisaris independen
- X<sub>4</sub> = Komite audit
- e = Error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Statistik Deskriptif

Pada Gambar 2 menunjukkan rata-rata pengungkapan CSR pada penelitian ini.



Gambar 2. Rata-Rata CSR Disclosure

Gambar 2 menunjukkan bahwa rata-rata tertinggi kategori pengungkapan CSR adalah lingkungan dan masyarakat dengan nilai masing-masing 5,1 dan 3,53. Kategori berikutnya adalah sosial, Hak Asasi Manusia (HAM), ekonomi, dan produk. Hasil pengamatan ini menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan lingkungan dan masyarakat saat pandemi COVID-19. Contoh kegiatan dalam kategori lingkungan adalah penggunaan bahan dan alat yang minim emisi dan efisiensi energi, melestarikan keanekaragaman hayati, serta pengurangan maupun pemanfaatan limbah. Contoh kegiatan dalam kategori masyarakat adalah melakukan edukasi bahaya pandemi COVID-19 dengan mengadakan webinar, penerbitan buku, bekerja sama dengan rumah sakit, dan lain-lain. Perusahaan juga membantu penyediaan kebutuhan pada fasilitas umum dan pelayanan kesehatan untuk menanggulangi pandemi COVID-19. Lima pengungkapan CSR tertinggi diraih oleh PT Barito Pacific Tbk, PT Kalbe Farma Tbk, PT Timah Tbk, PT Semen Indonesia Tbk, dan PT Chandra Asri Petrochemical Tbk. Tabel 3 merupakan hasil olah data statistik deskriptif pada penelitian ini.

**Tabel 3. Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
CSR	64	.08	.24	.1621	.04699
PROF	64	-11.71	34.89	5.3980	8.16866
REP	64	3.00	5.00	3.5469	.83437
KI	64	33.00	80.00	46.1094	11.50861
KA	64	4.00	16.00	7.7812	3.53427

Tabel 3 menunjukkan bahwa CSR *disclosure* memiliki nilai minimum 0,08, nilai maksimum 0,24, dan *mean* 0,1621. CSR *disclosure* selama pandemi COVID-19 masih tergolong rendah. Standar deviasinya adalah sebesar 0,04699 atau lebih kecil dari *mean* sehingga tidak terdapat perbedaan yang besar pengungkapan CSR antar perusahaan sampel. Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum -11,71, nilai maksimum 34,89, dan *mean* 5.3980. Profitabilitas perusahaan selama pandemi COVID-19 pernah mengalami penurunan hingga menyentuh angka minus. Standar deviasinya adalah 8,16866 atau lebih besar dari *mean* sehingga terdapat perbedaan yang cukup besar terhadap profitabilitas antar perusahaan. Variabel reputasi memiliki nilai minimum 3, nilai maksimum 5, dan *mean* sebesar 3,5469. Perusahaan mampu menjaga reputasinya selama pandemi COVID-19 melalui penghargaan PROPER yang diraihnya. Standar deviasinya adalah 0,83437 atau lebih kecil dari *mean* sehingga nilai reputasi perusahaan tidak memiliki perbedaan yang besar antar perusahaan. Variabel komisaris independen memiliki nilai minimum 33,33, nilai maksimum 80, dan *mean* 46,1094. Proporsi komisaris independen hampir separuh dari total komisaris dan melebihi standar proporsi komisaris independen. Standar deviasinya adalah 11,50861 atau lebih kecil dari *mean* sehingga proporsi komisaris independen tidak memiliki perbedaan yang besar antar perusahaan. Variabel komite audit memiliki nilai minimum 4, nilai maksimum 16, dan *mean* 7,7812. Komite audit cukup sering melakukan rapat sehingga melebihi batas minimal rapat yang ditentukan. Standar deviasinya adalah 3,53427 atau lebih kecil dari *mean* sehingga jumlah rapat komite audit dalam setahun tidak terdapat perbedaan yang cukup besar antar perusahaan sampel.

### Uji Hipotesis

Hasil uji t, uji F, dan koefisien determinasi disajikan pada Tabel 4 berikut ini.

**Tabel 4. Hasil Uji T, Uji F, dan Koefisien Determinasi**

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t	Sig.	Hasil
Konstanta	.033	.016	2.025	.007	
PROF	.011	.003	1.331	.188	Tidak signifikan
REP	.017	.007	2.428	.018	Signifikan
KI	.003	.004	.455	.651	Tidak signifikan
KA	.080	.002	4.990	.000	Signifikan
R Square	.744				
Probability F	.000				

Rumus regresi linier berganda berdasarkan Tabel 4 adalah sebagai berikut.

$$Y = 0,033 + 0,011\text{PROF} + 0,017\text{REP} + 0,003\text{KI} + 0,080\text{KA} + e$$

Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel profitabilitas dan komisaris independen masing-masing adalah 0,188 dan 0,651 atau  $>0,05$ . Variabel profitabilitas dan komisaris independen artinya tidak signifikan, sehingga  $H_1$  dan  $H_3$  ditolak. Variabel reputasi dan komite audit memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,018 dan 0,000 atau  $<0,05$ . Variabel reputasi dan komite audit artinya signifikan, sehingga  $H_2$  dan  $H_4$  diterima.

Hasil uji F bisa dilihat pada Tabel 4. Nilai signifikansi dari uji F menunjukkan 0,000 atau  $<0,05$ . Variabel profitabilitas, reputasi, komisaris independen, dan komite audit berpengaruh positif secara signifikan terhadap *CSR disclosure*. Nilai *R-Square* adalah sebesar 0,744 atau 74,4% sehingga bisa disimpulkan bahwa sebesar 74,4% variabel profitabilitas, reputasi, komisaris independen, dan komite audit dapat menjelaskan penelitian ini sebesar 74,4%. Sisanya sebesar 25,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Profitabilitas dan *CSR Disclosure***

Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *CSR disclosure*. *Return on Asset (ROA)* yang dimiliki perusahaan ternyata tidak signifikan berpengaruh terhadap *CSR disclosure*. Profitabilitas perusahaan memang menjadi salah satu sumber pendanaan bagi beberapa kegiatan CSR, sehingga profitabilitas perusahaan yang tinggi akan memiliki cukup dana untuk dialokasikan pada CSR. Hal tersebut ternyata tidak berarti bahwa perusahaan benar-benar mengalokasikan dana tersebut pada CSR, apalagi saat pandemi COVID-19, sebagian profitabilitas perusahaan turun hingga menyentuh angka minus. Kondisi ini membuat mereka akan berfokus untuk memperkuat struktur finansial perusahaan terlebih dahulu sebelum mengalokasikan dana pada kegiatan lain (Carroll, 2021; García-Sánchez & García-Sánchez, 2020). *CSR disclosure* tergolong masih relatif rendah. Hasil penelitian lain yang sama menjelaskan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap *CSR disclosure* (Hunafah, Zahwa & Hasnawati, 2022; Sumilat & Destriana, 2017).

Hasil berbeda ditunjukkan oleh beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa profitabilitas dan *CSR disclosure* memiliki pengaruh negatif (Welbeck et al., 2017). Perusahaan menganggap ketika profitabilitas perusahaan tinggi, maka mereka tidak perlu mengungkapkan informasi-informasi yang bisa mengganggu perusahaan untuk mengalokasikan laba. Perusahaan lebih tertarik terhadap profitabilitas untuk menjadi daya tarik yang lebih baik daripada *CSR disclosure*. Pengungkapan informasi keuangan perusahaan seharusnya perlu diimbangi oleh informasi sosial dan lingkungannya atau CSR. Perusahaan perlu menyadari keduanya merupakan hal yang tak terpisahkan dalam menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa profitabilitas dan *CSR disclosure* memiliki hubungan yang berpengaruh positif (Kuncorowati et al., 2021; Purbawangsa et al., 2020; Wulandari & Zulhaimi, 2017; Xu & Zeng, 2016). Semakin tinggi profitabilitas perusahaan membuat semakin besar dana yang dialokasikan pada kegiatan CSR sehingga *CSR disclosure* akan semakin luas.

Teori legitimasi membantu dalam menjelaskan hasil penelitian ini dimana perusahaan harus konsisten beroperasi sejajar dengan nilai-nilai masyarakat.

Pengungkapan CSR ini mengalihkan perhatian masyarakat terhadap efek negatif dari kegiatan operasional perusahaan dengan menghormati nilai-nilai masyarakat (Bowrey & Clements, 2019). Hasil penelitian ini memang profitabilitas tidak mampu mendorong untuk mengungkapkan CSR secara lebih luas, tetapi berdasarkan hasil pengamatan menunjukkan semua perusahaan sampel mengungkapkan CSR. *CSR disclosure* memang masih relatif rendah dan hanya sebatas kewajiban saja, tetapi kategori *CSR disclosure* paling tinggi adalah lingkungan dan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan peka terhadap perubahan di lingkungan sekitarnya selain untuk bertanggung jawab atas efek negatif yang ditimbulkan perusahaan. Dunia bisnis saat ini tidak heran melihat permintaan *CSR disclosure* yang semakin meningkat.

### **Reputasi dan CSR Disclosure**

Hasil penelitian menjelaskan bahwa reputasi memiliki pengaruh positif terhadap *CSR disclosure*. Reputasi perusahaan yang dimaksud ini diukur dengan PROPER dan dinilai oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dengan kriteria yang telah ditentukan dan tingkatan penghargaanannya. Hasil ini berarti perusahaan dengan *CSR disclosure* lebih banyak memiliki reputasi yang baik. Perusahaan manufaktur pada sampel yang diteliti ternyata memperoleh apresiasi yang baik dalam bidang lingkungan sesuai kriteria dalam PROPER selama pandemi COVID-19. Pemangku kepentingan akan menilai praktik kinerja lingkungan perusahaan melalui reputasi yang telah diraih perusahaan dalam bidang lingkungan (Suryani & Rofida, 2020). Perusahaan akan berusaha mempertahankan reputasi baik tersebut. Hasil penelitian lain yang sama menjelaskan bahwa semakin baik reputasi perusahaan akan mendorong pengungkapan CSR secara lebih luas (Dyduch & Krasodomska, 2017; Hasan & Yun, 2017; Suryani & Rofida, 2020).

Hasil berbeda pada beberapa hasil penelitian lain yang menjelaskan bahwa reputasi dan *CSR disclosure* memiliki hubungan yang berpengaruh negatif (Vanhamme & Grobбен, 2009; Welbeck et al., 2017). Reputasi perusahaan yang buruk akibat dari operasionalnya yang memberikan efek besar terhadap lingkungan menyebabkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih sedikit. Reputasi perusahaan akan dipertaruhkan jika perusahaan tidak mampu menangani kompleksitas masalah lingkungan sosial di sekitarnya (Welbeck et al., 2017). Keinginan mutlak setiap perusahaan adalah menjaga reputasi yang baik di mata konsumen, karyawan, masyarakat, maupun pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan tidak cukup hanya menjalankan bisnisnya saja, tetapi perlu melakukan tindakan untuk menyelesaikan masalah sosial dan lingkungan akibat efek negatif yang ditimbulkan operasional perusahaan.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa akan tercipta kepercayaan dari masyarakat kepada perusahaan yang mampu menjaga dan melestarikan lingkungan sekitarnya. Hal ini dibuktikan dengan kategori pengungkapan CSR tertinggi adalah lingkungan, sehingga reputasi perusahaan menjadi baik. Hubungan perusahaan dan masyarakat menjadi suatu hal yang tak terpisahkan pada perusahaan yang beroperasi dalam jangka panjang (Dyduch & Krasodomska, 2017). Masyarakat akan merespons positif jika perusahaan beroperasi dengan baik.

### **Komisaris Independen dan CSR Disclosure**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap *CSR disclosure*. Komposisi komisaris independen tidak mampu mendorong pengungkapan CSR pada perusahaan. Peran komisaris independen memang diperlukan agar tetap objektif dan independen dalam menjaga kepentingan *stakeholders*. *Good*

*corporate governance* tidak akan berhasil jika tidak ada keterlibatan pihak-pihak yang independen. Sampel perusahaan manufaktur yang diteliti pada penelitian ini ternyata gagal mencapai tujuan yang diharapkan dari peran komisaris independen, meskipun proporsinya sudah melebihi minimal 30% berdasarkan Ketentuan Umum Pencatatan Efek Bersifat Ekuitas di Bursa. Kemungkinan yang terjadi adalah kurang efektifnya pemilihan dan pengangkatan komisaris independen. Adanya isu bahwa komisaris independen tidak ditunjuk secara nyata, tetapi hanya sekedar nama saja (Achchuthan & Kajanathan, 2013). Hasil penelitian lain yang konsisten menunjukkan bahwa komisaris independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR *disclosure* (Handayati, 2017; Suyono & Farooque, 2018).

Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian lain yang menjelaskan bahwa komisaris independen dan CSR *disclosure* memiliki hubungan yang berpengaruh negatif (Zhou, 2019). Proporsi komisaris independen akan berbanding terbalik dengan CSR *disclosure*. Hasil penelitian berbeda menjelaskan bahwa komisaris independen dan CSR *disclosure* memiliki hubungan yang berpengaruh positif (Kuncorowati et al., 2021; Purbawangsa et al., 2020; Ullah et al., 2019). Komisaris independen akan memberikan pengawasan pada manajemen, termasuk dalam kegiatan CSR. Manajemen akan diberi tekanan oleh komisaris independen agar menjalankan CSR dengan baik. Komisaris independen sebagai pihak yang tidak bersangkutan dengan pihak manapun sudah seharusnya bersifat independen dan memerhatikan kepentingan masyarakat. Keberadaan komisaris independen dapat mendorong praktik *good corporate governance* agar perusahaan beroperasi sesuai etika bisnis yang berlaku. Hal tersebut akan mendorong pengungkapan informasi dengan lebih luas kepada para pemangku kepentingan. Peningkatan proporsi komisaris independen akan mengurangi penyembunyian informasi terkait CSR *disclosure*.

Teori legitimasi menegaskan jika perusahaan ingin memperoleh legitimasi, maka mereka harus bertanggung jawab atas efek negatif dari operasional yang telah dijalankan. Hasil penelitian ini memang menunjukkan komisaris independen gagal untuk mendorong pengungkapan CSR, tetapi semua sampel perusahaan manufaktur mengungkapkan CSR sebagai pemenuhan kewajiban saja. Pengungkapan CSR hanya sebatas menghindari sanksi yang ditentukan. Kategori lingkungan dan masyarakat adalah kategori tertinggi dalam pengungkapan CSR, sehingga perusahaan berhasil memperoleh legitimasi.

### **Komite Audit dan CSR *Disclosure***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komite audit memiliki pengaruh positif terhadap CSR *disclosure*. Semakin sering rapat komite audit dalam setahun ternyata mampu mendorong pengungkapan CSR. Peran komite audit dalam perusahaan adalah membantu berjalannya pengawasan dan pengendalian agar lebih efektif, termasuk dalam praktik dan pengungkapannya. Komite audit memelihara dengan baik kredibilitas proses penyusunan dan pengungkapan informasi, seperti halnya membentuk sistem pengawasan yang memadai dalam pelaksanaan CSR. Hal ini dapat diketahui dari sampel semua perusahaan bahwa jumlah rapat komite audit dilakukan lebih dari satu kali dalam tiga bulan atau jumlah rapat minimal dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 55 Tahun 2015. Komite audit yang memberikan pengawasan ketat tersebut dapat mendorong pengungkapan CSR lebih luas. Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan hasil yang sama bahwa hubungan keduanya memiliki pengaruh positif (Appuhami & Tashakor, 2017; Handayati, 2017; Susanto & Joshua, 2018).

Hasil yang berbanding terbalik dijelaskan oleh penelitian lain yang menyatakan bahwa hubungan keduanya memiliki pengaruh negatif (Purbawangsa et al., 2020; Suyono & Farooque, 2018). Pengawasan dan pengendalian komite audit tidak berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Mereka gagal menciptakan pengawasan dan pengendalian yang memadai dalam mendorong praktik dan pengungkapan CSR. Komite audit seharusnya tidak mengulangi kegagalan praktik tata kelola perusahaan yang tidak diharapkan sebelumnya. Hal ini karena *good corporate governance* tidak akan tercipta jika tidak ada keterlibatan pihak-pihak yang independen (Purbawangsa et al., 2020). Komite audit harus memberikan pendapat yang independen kepada dewan komisaris.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa jika perusahaan ingin memperoleh legitimasi, perusahaan harus konsisten memastikan operasionalnya agar tidak bertentangan dengan nilai-nilai masyarakat. Perusahaan harus membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan ternyata komite audit mampu mendorong pengungkapan CSR. Peran komite audit sudah berjalan dengan baik untuk menciptakan pengawasan dan pengendalian yang memadai terhadap pengungkapan CSR.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi dan komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap CSR *disclosure*. Profitabilitas dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap CSR *disclosure*. Teori legitimasi mendukung perusahaan agar beroperasi dengan mematuhi nilai-nilai masyarakat. Hasil pengamatan juga membuktikan bahwa kategori lingkungan dan masyarakat adalah kategori tertinggi dalam pengungkapan CSR. Pandemi COVID-19 memang menimbulkan persepsi negatif dari masyarakat terhadap perusahaan akibat banyaknya PHK yang telah dilakukan, tetapi secara bersamaan masyarakat juga melihat itikad baik perusahaan untuk berkontribusi dalam merespon dampak pandemi COVID-19 melalui kegiatan CSR. Hal ini karena banyak perusahaan yang semakin sadar bahwa harmoni dengan *stakeholders* diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga praktik dan pengungkapan CSR perlu ditingkatkan lagi.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang tidak hanya dari sektor manufaktur saja dan menambah periode pengamatan agar dapat menggambarkan pengungkapan CSR lebih jelas. Diharapkan penelitian ini selanjutnya perlu menambah variabel lain terkait kinerja lingkungan untuk memotivasi perusahaan agar lebih memperhatikan pelaksanaan CSR dan pengungkapannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Achchuthan, S., & Kajanathan, R. (2013). Corporate governance practices and working capital management efficiency: special reference to listed manufacturing companies in Srilanka. *Journal Information and knowledge Management*, 3(2), 216-226.
- Appuhami, R., & Tashakor, S. (2017). The impact of audit committee characteristics on CSR disclosure: an analysis of Australian firms. *Australian Accounting Review*, 27(4), 400–420. doi: 10.1111/auar.12170.

- Bae, K. H., El Ghouli, S., Gong, Z. (Jason), & Guedhami, O. (2021). Does CSR matter in times of crisis? evidence from the covid-19 pandemic. *Journal of Corporate Finance*, 67. doi: 10.1016/j.jcorpfin.2020.101876.
- Bowrey, G., & Clements, M. (2019). Supply chain legitimation through CSR reporting. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 13(1), 27–43. doi: 10.14453/aabfj.v13i1.3.
- Carroll, A. B. (2021). Corporate social responsibility (CSR) and the covid-19 pandemic: organizational and managerial implications. *Journal of Strategy and Management*, 14(3), 315–330. doi: 10.1108/JSMA-07-2021-0145.
- Dyduch, J., & Krasodomska, J. (2017). Determinants of corporate social responsibility disclosure: an empirical study of Polish listed companies. *Sustainability (Switzerland)*, 9(11), 1-24. doi: 10.3390/su9111934.
- García-Sánchez, I. M., & García-Sánchez, A. (2020). Corporate social responsibility during covid-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–21. doi: 10.3390/joitmc6040126.
- Graafland, J., & Smid, H. (2019). Decoupling among CSR policies, programs, and impacts: an empirical study. *Sage Journal: Business and Society*, 58(2), 231–267. doi: 10.1177/0007650316647951.
- Handayati, P. (2017). Analisis kinerja lingkungan dan mekanisme GCG terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 4(1), 58–68. doi: 10.17977/um004v4i12017p058.
- Handayati, P., Wafaretta, V., Anugrahani, I. S., & Fauzan, S. (2021). CSR practices in food and beverage companies during pandemic. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 4(1), 9–17. doi: 10.32535/apjme.v4i1.1046.
- Hasan, R., & Yun, T. M. (2017). Theoretical linkage between corporate social responsibility and corporate reputation. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(2), 80-89. doi: 10.28992/ijSAM.v1i2.32.
- Huang, W., Chen, S., & Nguyen, L. T. (2020). Corporate social responsibility and organizational resilience to covid-19 crisis: an empirical study of Chinese firms. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–19. doi: 10.3390/su12218970.
- 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. doi: 10.25105/jet.v2i2.14999.
- Irawan, E.P., Sumartias, S., Priyatna, S., & Rahmat, A. (2022). A review on digitalization of CSR during the covid-19 pandemic in Indonesia: opportunities and challenges. *Social Sciences*, 11(2),1-17. doi: 10.3390/socsci11020072.
- KPMG. 2015. *The KPMG survey of corporate responsibility reporting 2015*. KPMG International. Retrieved from <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/12/KPMG-survey-of-CR-reporting-2015.pdf>
- Kuncorowati, P. F., Miqdad, M., & Roziq, A. (2021). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan good corporate governance terhadap pengungkapan corporate social responsibility dan dampaknya terhadap abnormal return pada perusahaan LQ45. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(1), 78-94. doi: 10.29040/jap.v22i1.1920.
- Laskar, N., & Maji, G. M. (2018). Disclosure of corporate sustainability performance and firm performance in Asia. *Asian Review of Accounting*, 26(11), 2-31. doi: 10.1108/ARA-02-2017-0029.

- Lee, Y. J., & Cho, M. (2022). Socially stigmatized company's CSR efforts during the covid-19 pandemic: the effects of CSR fit and perceived motives. *Public Relations Review*, 48(2022), 1-10. doi: 10.1016/j.pubrev.2022.102180.
- Lopata, E., & Rogatka, K. (2021). CSR & covid-19 - How do they work together? perceptions of corporate social responsibility transformation during a pandemic crisis. towards smart development. *Bulletin of Geography. Socio-Economic Series*, 53(53), 87–103. doi: 10.2478/bog-2021-0025.
- Manuel, T., & Herron, T. L. (2020). An ethical perspective of business CSR and the covid-19 pandemic. *Society and Business Review*, 15(3), 235–253. doi: 10.1108/SBR-06-2020-0086.
- Marom, S., & Lussier, R. N. (2020). Corporate social responsibility during the coronavirus pandemic: an interim overview. *Business and Economic Research*, 10(2), 250-269. doi: 10.5296/ber.v10i2.17046.
- Permatasari, M. P., & Setyastrini, N. L. P. (2019). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ditinjau dari teori legitimasi dan teori stakeholder. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 29–43. doi: 10.26905/ap.v5i1.2559.
- Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Rahayu, M. S. (2020). Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999. doi: 10.1108/SRJ-08-2017-0160.
- Putri, R., Zulfahridar, Z., & Kurnia, P. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, likuiditas, dan basis kepemilikan terhadap corporate social responsibility pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2012-2014. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 558–571.
- Raimo, N., Rella, A., Vitolla, F., Sánchez-Vicente, M. I., & García-Sánchez, I. M. (2021). Corporate social responsibility in the covid-19 pandemic period: a traditional way to address new social issues. *Sustainability*, 13(12), 1–16. doi: 10.3390/su13126561.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sumilat, H., & Destriana, N. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 19(1a-2), 129–140. doi: 10.34208/jba.v19i1a-2.307.
- Suryani, A. W., & Rofida, E. (2020). Environmental accounting from the new institutional sociology theory lens: branding or responsibility? *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 7(2), 189–204. doi: 10.24815/jdab.v7i2.17126.
- Susanto, Y. K., & Joshua, D. (2018). Pengaruh tata kelola perusahaan dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *EKUITAS: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2(4), 572–590. doi: 10.24034/j25485024.y2018.v2.i4.4036.
- Suyono, E., & Farooque, O. A. (2018). Do governance mechanisms deter earnings management and promote corporate social responsibility? *Accounting Research Journal*, 31(3), 479–495. doi: 10.1108/ARJ-09-2015-0117.
- Triana, A., Sulastri, S., & Humaedi, S. (2020). Ragam praktik CSR selama pandemi covid-19. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 435-443. doi: 10.24198/jppm.v7i2.28869.

- Ullah, M. S., Muttakin, M. B., & Khan, A. (2019). Corporate governance and corporate social responsibility disclosures in insurance companies. *International Journal of Accounting and Information Management*, 27(2), 284–300. doi: 10.1108/IJAIM-10-2017-0120.
- Vanhamme, J., & Grobbs, B. (2009). Too good to be true!. the effectiveness of CSR history in countering negative publicity. *Journal of Business Ethics*, 85(2), 273–283. doi: 10.1007/s10551-008-9731-2.
- Welbeck, E. E., Owusu, G. M. Y., Bekoe, R. A., & Kusi, J. A. (2017). Determinants of environmental disclosures of listed firms in Ghana. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 2(1), 1-12. doi: 10.1186/s40991-017-0023-y.
- Wulandari, S., & Zuhaimi, H. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1477–1488. doi: 10.17509/jrak.v5i2.8515.
- Xu, B., & Zeng, T. (2016). Profitability, state ownership, tax reporting and corporate social responsibility: evidence from Chinese listed firms. *Social Responsibility Journal*, 12(1). 23-31. doi: 10.1108/SRJ-06-2014-0076.
- Zhou, C. (2019). Effects of corporate governance on the decision to voluntarily disclose corporate social responsibility reports: evidence from China. *Applied Economics*, 51(55), 2-12. doi: 10.1080/00036846.2019.163144.