



CEO POWER DAN TIPE INDUSTRI TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR

(Ceo Power and Industry Type of CSR Disclosure)

Zahra

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Magister Akuntansi
Universitas Brawijaya**

Corresponding Email: zsyaiful.zs@gmail.com

(Received 18 March; Revised 09 April; Accepted 17 April 2022)

Abstract

This study aims to determine the effect of CEO Power and industry type on CSR disclosure. The population in this study are companies listed on the IDX during the 2017-2020 period. The research sample was determined by the purposive sampling method. This research uses the partial least square (PLS) analysis method. The results show that the CEO Power of a large or strong company has more involvement in expanding or reducing the company's CSR disclosures. The results also show that the type of industry is not a strong character that influences the company's CSR disclosure. CSR disclosure by the company is only one of the reports that function as a means of delivering information, whether used for legitimate acquisitions or as information for external and internal parties.

Keywords: ceo power, industry, csr

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CEO Power dan tipe industri terhadap pengungkapan CSR. Populasi dalam penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2020. Sampel penelitian ditentukan dengan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa CEO Power suatu perusahaan yang besar ataupun kuat memiliki keterlibatan yang lebih dalam memperluas atau memperkecil pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tipe industri bukan karakter yang kuat yang memberikan pengaruh dalam pengungkapan csr perusahaan. Pengungkapan csr oleh perusahaan hanyalah salah satu dari laporan yang berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, baik digunakan untuk perolehan legitimate ataupun sebagai informasi bagi eksternal dan internal.

Kata Kunci: ceo power, industry, csr.

PENDAHULUAN

Penelitian Loh et.al tahun 2016 di empat negara yaitu Thailand, Singapura, Malaysia dan Indonesia yang menggunakan 100 sampel di setiap negara menunjukkan bahwa Thailand memiliki tingkat pengungkapan sebesar 56.8; Singapura denfan tingkat pengungkapan sebesar 48.8; Malaysia memiliki tingkat pengungkapan sebesar 47.7; dan Indonesia memiliki tingkat

pengungkapan sebesar 48.7. Berdasarkan sampel yang diteliti, tingkat rata-rata klaim untuk pelaporan keberlanjutan di ASEAN adalah 50.4. Keempat Negara menunjukkan pengungkapan yang cukup baik, walaupun di Indonesia tingkat pengungkapan CSR masih rendah jika dibandingkan dengan Thailan dan Singapura.

Tingkat pengungkapan yang semakin naik menunjukkkan bahwa CSR Report semakin

menjadi bagian terpenting bagi perusahaan di Indonesia. Ketertarikan terhadap CSR membuktikan kesadaran dari manfaat dan kegunaan pelaporan CSR oleh perusahaan. Saat ini praktik pengungkapan CSR cenderung digunakan sebagai pendekatan simbolis untuk memenuhi legitimasi perusahaan (Anugerah et al., 2018). Widhayati & Sukoharsono (2017), perusahaan dapat melihat CSR sebagai biaya tambahan dan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan produktivitas.

Mapisangka (2009) mengemukakan bahwa kegiatan CSR perusahaan yang melekat secara inherent dengan manajemen perusahaan menyebabkan bidang kegiatan dalam CSR berada dalam kontrol manajemen perusahaan. Manajemen tertinggi suatu perusahaan yaitu CEO atau Direktur Utama. CEO suatu perusahaan memiliki gaji yang besar. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh penulis dari laporan keuangan beberapa perusahaan, rata-rata gaji manajemen puncak menduduki hingga miliaran rupiah. Contohnya perusahaan ICBP, kompensasi yang diterima CEO dalam 1 tahun pelaporan adalah sebesar 247.690.000.000.

Angka pendapatan besar yang dimiliki CEO ini diimbangi dengan tanggung jawab besar yang mengikuti. Posisi CEO merupakan salah satu posisi paling penting dan memiliki peran vital dalam perusahaan. Menurut Zahra, Makhdalena, & Trisnawati (2014), CEO berkontribusi dalam menentukan bagaimana nanti CSR dan seperti apa pengungkapan CSR. Konsep CSR yang menarik perhatian menyebabkan banyak penelitian baru. Penelitian-penelitian baru ini menguji CSR dengan kinerja keuangan untuk menemukan bukti kegiatan CSR dapat meningkatkan nilai pemegang saham atau hanya bagian biaya agensi yang dinikmati manajer (Zhao, 2017).

Pengungkapan CSR juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti karakteristik dari suatu perusahaan. Menurut Hackston dan

Milne (1996), salah satu karakteristik perusahaan yang dapat memberikan pengaruh besar ataupun kecil bagi perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan adalah tipe industri. Tipe industri akan mendiskripsikan perusahaan berdasarkan pada lingkup bisnis (Sari, 2012). Perusahaan yang termasuk dalam high profile mempunyai tingkat sensitivitas tinggi terhadap lingkungan dan tingkat kompetisi yang kuat (Roberts, 1992). Perusahaan-perusahaan high profile akan lebih banyak melakukan pengungkapan dikarenakan perusahaan tersebut memperoleh sorotan dari masyarakat akibat aktivitas operasional perusahaan yang memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan masyarakat (Indrawati, 2009). Pengungkapan yang lebih banyak dilakukan oleh perusahaan high profile dilakukan untuk memperoleh legitimasi. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi terus berupaya dianggap beroperasi dalam batasan dan norma masyarakat masing-masing (Deegan & Unerman, 2006: 271). Pengungkapan CSR akan memberikan keuntungan di masa mendatang, serta citra baik oleh perusahaan yang melaksanakan program CSR berupa kepercayaan dari investor dan masyarakat (Wakid et al., 2012; Nur dan Priantinah, 2012; Gunawan, 2018). sehingga, Penelitian ini menguji CEO Power dan tipe industri terhadap pengungkapan CSR.

LITERATURE REVIEW

CSR Disclosure

Sejak konsep CSR diformalkan pada tahun 1953 oleh Bowen sebagai kewajiban sosial, tetapi pengertian CSR masih banyak diperdebatkan. Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), CSR adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan, keluarga perusahaan komunitas setempat maupun masyarakat

umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat, bagi bisnis itu sendiri maupun untuk pembangunan. Menurut Murphy dan Schlegelmich (2013), menyatakan CSR sebagai suatu konsep yang memayungi masalah antara etika, corporate citizenship dan aktivitas sosial.

Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan yang sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas organisasi (Yuliana, Purnomosidhi, & Sukoharsono, 2008) dan pengungkapan CSR harus mencerminkan kegiatan CSR yang sebenarnya dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan.

Tipe Industri

Tipe industri akan mendeskripsikan perusahaan berdasarkan pada lingkup operasinya berupa High profile dan Low profile. Roberts (1992) Perusahaan yang termasuk di dalam high profile mempunyai tingkat sensitivitas tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi dan tinggi kompetisi yang kuat. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok high profile yaitu industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik (Anggraini, 2006). Yulia & Afianti (2014), beberapa kategori lain yang masuk dalam high profile yaitu pengeboran minyak, pertambangan, industri kertas, industri rokok, industri media dan komunikasi, industri energi (listrik), Sarana Kesehatan, serta Transportasi dan Parawisata.

Sedangkan, Hackton dan Milne (1996) mendefinisikan perusahaan low profile sebagai perusahaan yang memiliki tingkat consumer visibility dan political visibility yang rendah. perusahaan yang tergolong dalam kategori low profile yaitu bergerak di bidang semen, keramik, logam, pakan hewan, kayu,

mesin dan alat-alat, tekstil, alas kaki, kabel dan elektronik (Yulia & Afianti, 2014).

CEO Power

Chief Executive Officer (CEO) atau di Indonesia lebih dikenal dengan Direktur Utama atau Presiden Direktur adalah eksekutif tertinggi di dalam suatu perusahaan (Hong et al., 2015). Menurut Sudana dan Aristina (2017), CEO merupakan jajaran eksekutif tertinggi yang memiliki tanggungjawab terhadap seluruh kegiatan operasional perusahaan, baik itu terhadap rencana dan keputusan strategi serta sebagai penghubung antara pihak internal dan eksternal. Menurut kekuatan manajerial, kekuatan CEO dapat memberi peluang untuk kebijakan CEO dan perilaku oportunistik yang akan bertentangan dengan tuntutan yang dibuat oleh pemangku kepentingan (Bebchuk & Fried, 2005).

Salah satu hal yang menjadi sumber kekuatan CEO adalah kompensasi CEO. Kompensasi adalah suatu imbalan yang ditawarkan organisasi kepada pekerja atas penggunaan tenaga para karyawan (Wibowo; 2011). Kompensasi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis kompensasi; yaitu gaji, bonus, dan opsi saham (Mahoney dan Thorn; 2006). Kusuma dan Sholihin (2016) menemukan bahwa manager dengan kompensasi akan memberikan pengaruh kepada manager untuk bertindak lebih etis. Manager melakukan investasi berlebihan dengan harapan akan mendapatkan kenaikan kompensasi dimasa depan (Li et al., 2015).

Empirical Review and Hypothesis Development

CEO Power dan CSR

Sifat oportunistik seorang CEO dapat ditekan dengan pemberian kompensasi. Kompensasi dapat meningkatkan motivasi kinerja manager (Minnick dan Noga; 2010). Saraswati (2020), menyatakan bahwa Kompensasi merupakan strategi yang berdampak besar bagi kompensasi

manajemen berbasis insentif pada masalah agensi. Sebaliknya, Jiraporn dan Chintrakarn (2013) menyatakan bahwa peningkatan CEO Power menyebabkan keterlibatan dalam CSR namun ketika CEO Power mencapai ambang tertentu biasanya CEO mengurangi investasi CSR secara signifikan.

Pengungkapan CSR menjadi salah satu sarana bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat bahwa organisasi menjalankan operasional sesuai dengan batasan dan norma yang ada, sehingga perusahaan akan memperoleh legitimate dari masyarakat. Li et al., (2015), menyatakan bahwa CEO kuat tidak terlibat dalam kegiatan CSR. Kegiatan CSR pada kenyataannya hanya merupakan peningkatan nilai ketika perusahaan terlibat dalam kegiatan CSR yang lebih banyak maka nilai perusahaan akan meningkat. Literatur-literatur yang memperdebatkan peran kegiatan CSR dalam perusahaan dan beberapa penelitian mengemukakan hasil yang berbeda.

H1 : CEO Power berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

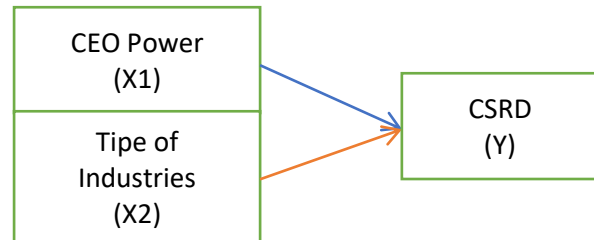
Tipe industri dan CSR

Tipe industri merupakan faktor yang mempengaruhi praktik pengungkapan CSR (Hackston & Milne, 1996). Tipe industri yang dibedakan menjadi high profile dan low profile. Penelitian Sari (2012), Freedman dan Jaggi (1988), serta Donovan dan Gibson (2000), Variabel profile memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sembiring (2006) menemukan bahwa perusahaan yang bertipe high profile dalam melakukan aktivitasnya banyak memodifikasi lingkungan, dan menimbulkan dampak sosial yang negatif terhadap masyarakat atau secara luas terutama terhadap stakeholder. Industri yang sensitif atau high profile umumnya diharuskan untuk mengungkapkan kegiatan CSR dengan tujuan membuktikan bahwa aktivitas operasional perusahaan berada pada batasan norma yang ada pada lingkungan sekitar

masyarakat. Namun, bila dibandingkan dengan perusahaan low profile akan lebih ditoleransi oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan (Yuliana, Purnomosidhi, & Sukoharsono, 2008).

H2 : Tipe Industri high profile berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Figure 2: Research Model



RESEARCH AND METHOD

Data and Sampling Method

Data akan diperoleh dari dua sumber yaitu data dari BEI dan Laporan yang di umumkan pada website perusahaan masing-masing. Sampel pada penelitian menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) perusahaan yang terdaftar di BEI pada 2017-2020, (2) perusahaan BEI dan melakukan pengungkapan, (3) perusahaan yang tidak menggunakan mata uang asing, dan (4) perusahaan yang mengungkapkan data remunerasi direksi secara rinci.

Tabel 2: Sample Selection Result

Kriteria	Jumlah
Perusahaan Yang Terdaftar di BEI pada 2020 (Populasi)	613
Perusahaan yang terdaftar BEI 2017-2020	(297)
Perusahaan di BEI dan Melakukan Pengungkapan	(87)
Perusahaan yang menggunakan mata uang asing	(9)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan data remunerasi direksi	(210)
Total Sampel	12
Number of Observations	48

Pemilihan sampel pada periode tersebut dikarenakan CSR G4 2016 mulai diberlakukan dan pada umumnya setiap perusahaan menggunakan indikator CSR G4 2016 di 2017 pada tahun pelaporan.

Model Construction and Data Analysis Technique

Measures of Variable

Penelitian ini menggunakan teknik regresi. Data dalam penelitian ini di tes menggunakan SPSS. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$SR_{it} = \alpha + \beta_1 GAP_{it} + \beta_2 Typ_{it} + \varepsilon \dots \dots \dots (I)$$

Dimana:

- SR_{it} : Company Sustainability Reprt
GAP : Kesenjangan antara CEO dan Eksekutif No.2 perusahaan
Typ : Tipe industri high (1) and Low (0)

CEO Power

Berdasarkan Zhao (2017) CEO Power dimodelkan dengan GAP atau kesejangan antara CEO dan eksekutif no.2 perusahaan yang digambarkan sebagai berikut:

$$GAP = \frac{CEO\ No.2}{CEO} \dots \dots \dots (ii)$$

Tipe Industri

Tipe idnustri di bagi menjadi dua kelompok, yaitu high profile dan low profile. Perusahaan yang tergolong high profile akan diberi nilai (1) sedangkan perusahaan yang masuk dalam kategori low profile akan diberikan nilai (0).

CSRD

Berdasarkan penelitian Michelon, Pilonate & Ricceri (2015) kualitas pengungkapan dari CSR reporting

- Relative quantity Index, Relative quantity index dihitung menggunakan standar residual dari model regresi OLS disclosure dengan size dan rata-rata disclosure industri sebagai variabel independen

$$\widehat{DISC}_{it} = \beta_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j IND_j + \beta_{k+1} SIZE_{it} \dots \dots \dots (iii)$$

Keterangan :

$\widehat{DISC}_{it}$ = estimated disclosure

IND_j = rata-rata disclosure per industri

SIZE_{it} = size perusahaan (natural log dari sales)

Kemudian Relative Quantity Index dihitung dengan menggunakan rumus :

$$RQT_{it} = DISC_{it} - \widehat{DISC}_{it} \dots \dots \dots (iv)$$

Keterangan :

RQT_{it} = Relative Quantity Index

DISC_{it} = tingkat disclosure perusahaan

$\widehat{DISC}_{it}$ = estimated disclosure

- Density Index, dihitung dengan rumus berikut:

$$DEN_{it} = \frac{1}{k_{it}} \sum_{j=1}^{k_{it}} CSR_{ijt} \dots \dots \dots (v)$$

Where:

DEN_{it} = Density Index

kit = jumlah kalimat pada dokumen yang dianalisis

CSR_{ijt} =1 jika kalimat j pada dokumen yang dianalisis untuk perusahaan i tahun t; jika tidak, 0.

- Accuracy of Information Index, formula sebagai berikut:

$$ACC_{it} = \frac{1}{n_{it}} \sum_{j=1}^{n_{it}} (w * CSR_{ijt}) \dots \dots \dots (vi)$$

Where:

ACC_{it} = Accuracy Information Index

n_{it} = jumlah kalimat yang mengandung informasi CSR pada dokumen yang dianalisis.

CSR_{ijt} =1 jika kalimat j pada dokumen yang dianalisis untuk perusahaan i tahun t; jika tidak, 0.

w =1 jika kalimat j pada doumen yang dianalisis untuk perusahaan i pada tahun j adalah kualitatif, w=2 jika kalimat j kuantitatif, w=3 jika kalimat j adalah moneter/keuangan

- Managerial Orientation Index, dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ACC_{it} = \frac{1}{n_{it}} \sum_{j=1}^{n_{it}} (w * CSR_{ijt}) \dots \dots \dots (vii)$$

Where:

ACC_{it} = Accuracy Information Index

n_{it} = jumlah kalimat yang mengandung informasi CSR

OBJ_{ijt} = 1 jika kalimat j pada dokumen yang dianalisis untuk perusahaan i pada tahun t mengandung informasi mengenai tujuan dan sasaran, 0 jika tidak

RES_{ijt} = 1 jika kalimat j pada dokumen yang dianalisis untuk perusahaan i pada tahun t mengandung informasi mengenai hasil dan capaian, 0 jika tidak

Kemudian keempat indeks itu dihitung dengan rumus berikut:

$$SR_{it} = \frac{1}{4(RQT_{sit} + DEN_{sit} + ACC_{sit} + MAN_{sit})} \dots \dots \dots (viii)$$

Variabel Control

Variabel control yang digunakan dalam penelitian ini mangacu pada penelitian terdahulu yaitu Zhao (2017), Jiraporn et.al (2013), Bebchu et.al variabel kontrol yang digunakan yaitu ROA, Leverage, Firm Size, Firm Age dan Rangkap Jabatan.

RESULTS AND DISCUSSION

Tabel 1. Hasil Uji T dan P-Values

Var	Original Sample (O)	Standard Deviation	T-Statistics	P Values
Firm Age	0.043	0.262	0.162	0.871
CEO Power	0.164	0.210	0.783	0.434
ROA	-0.075	0.197	0.381	0.703
ID	-0.118	0.175	0.675	0.500
Tipe Industri	0.088	0.175	0.502	0.616
Firm Size	0.098	0.159	0.616	0.538
Leverage	0.065	0.155	0.422	0.673

Tabel 1 menunjukkan hasil uji T dan P-Values dari persamaan H1 dan H2. berdasarkan pada hasil yang ditunjukkan pada tabel 1, dapat dikatakan bahwa H1 ditolak. Hal ini berarti CEO Power tidak mampu memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jiraporn dan Chintrakarn (2013), Zhang (2015) dan Zhao (2017).

Pengungkapan CSR perusahaan tidak dapat digambarkan oleh CEO Power. Hasil penelitian tidak dapat mendukung teori agensi. Berdasarkan teori agensi, hubungan kontrak agen dan prinsipal pada dasarnya dilandasi dengan pencari keuntungan masing-masing (Jensen dan Meckling, 1976) yang menyatakan bahwa peningkatan CEO Power menyebabkan keterlibatan dalam pengungkapan CSR perusahaan untuk memperoleh keuntungan bagi ceo.

Pengungkapan CSR perusahaan hanyalah salah satu dari laporan yang berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi oleh perusahaan kepada masyarakat bahwa organisasi menjalankan operasional sesuai dengan batasan dan norma yang ada (Li et.al, 2015) sehingga legitimasi dari masyarakat akan terus dimiliki perusahaan. Walaupun demikian adanya kontribusi nilai original sample sebesar 0.164 atau sebesar 16,4% ceo power dalam pengungkapan CSR perusahaan. Presentase lainnya dapat digambarkan oleh variabe lain atau variabel eksternal perusahaan.

Hipotesis ke-dua, variabel tipe industri dan pengungkapan CSR perusahaan ditolak. Nilai P-Value pada tabel 1 menunjukkan >0.05 sebesar 0.61. hasil hipotesis ini juga bertolak belakang dengan hasil penelitian terdahulu oleh Hackston dan Milne (1996) dan Anggraini (2006). tipe industri tidak mempengaruhi dalam perluasan pengungkapan CSR perusahaan. Perusahaan high profile maupun low profile ingin menunjukkan kepada investor, masyarakat dan stakeholder perusahaan bahwa kondisi

perusahaan baik dan operasional perusahaan berjalan pada garis koordinir yang sesuai.

CONCLUSIONS

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara CEO Power dan Tipe Industri terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CEO Power tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Namun, nilai keofisien postif menunjukkan bahwa nilai CEO Power yang semakin besar memberikan pengaruh semakin besar terhadap variabel pengungkapan CSR perusahaan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tipe industri memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan, khususnya tipe industri high profile. Hal ini disebabkan, semakin tipe high profile memberikan pengaruh dan memodifikasi lingkungan lebih besar dari pada perusahaan low profile. Kenyataan ini menyebabkan, masyarkat memberikan perhatian terhadap perusahaan high profile. Sehingga, perusahaan akan memberikan banyak informasi kepada publik untuk menyatakan bahwa perusahaan ini bergerak atau beroperasi sesuai dengan batasan normal yang ada pada masyarakat.

Limitation and Suggestions

Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah sampel yang terbatas. Perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan informasi mengenai CEO Power khususnya penelitian ini terkait rincian biaya remunerasi yang diterima oleh CEO perusahaan. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan indeks pengukuran CEO Power lainnya, seperti dualitas CEO, Karismatik CEO dan lainnya.

BIBLIOGRAPHY

Anggraini, F. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan Yang

Terdaftar Bursa Efek Jakarta). *SIMPOSIUM NASIONAL AKUNTANSI 9 PADANG*, 1-24.

Anugerah, E. G., Saraswati, E., & Andayani, W. (2018). Quality of Disclosure And Corporate Social Responsibility Reporting Practice In Indonesia. *Jurnal Akuntansi/Volume XXII, No.3*, 337-353.

Barkemeyer, R. (2007). Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries. *Sustainable Development Research Center (SDRC) School of Management*, 1-23.

Bebchuk, L. A., & Fried, J. M. (2005). Pay Without Performance: Overview of The Issues. *Journal of Applied Corporate Finance Volume 17 Number 4*, 8-23.

Certo, S. T., Holmes, R. M., & Holcomb, T. R. (2007). The Influence of People On The Performance of IPO Firms. *Business Horizons*, 271-276.

Choi, J. S., Kwak, Y. M., & Choe, C. (2010). Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: Evidence From Korea. *Munich Personal RePEc Archive*, 1-34.

Deegan, C., & Unerman, J. (2006). *Financial Accounting Theory*. London: McGraw Hill Education.

Dierkes, M., & Preston, L. (1977). Corporate Social Accounting and Reporting for The Physical Environment: A Critical Review and Implementation Proposal. *Accounting, Organisations and Society Vo. 2 No. 1*, 3-22.

Donovan, G., & Gibson, K. (2000). Environmental Disclosure in The Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study Paper For Presentation in The 6th Interdisciplinary Association Conference. *Monteal, Canada*.

Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review.

- Academy of Management Vol 14 No. 1*, 57-74.
- Freedman, M., & Jaggi, B. (1988). An Analysis of The Association Between Pollution Disclosure and Economic Performance. *Accounting, Auditing and Accountability*, 43-58.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, 1-6.
- Goel, M., & Ramanathan, P. E. (2014). Business Ethics and Corporate Social Responsibility-Is there a dividing line? *Procedia Economics and Finance*, 49-59.
- Gunawan, J. (2018). Tanggung Jawab Sosial, Lingkungan dan Reputasi Perusahaan: Pengungkapan Pada Situs Bank. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi Vol 18 No.1*, 49-74.
- Guthrie, J., & Mathews, M. R. (1985). Corporate Social Accounting in Australasia. *Research in Corporate Social Performance and Policy Vol. 7*, 251-277.
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosure in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9, 77-108.
- Hui, F., & Bowrey, G. (2008). Corporate Social Responsibility Reporting of Two Note-Issuing Banks in Hong Kong. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 69-88.
- Hong, Bryan., Li. F., Minor. D. (2016). Corporate Governance and Executive Compensation for Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*.
- Indrawati, N. (2009). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Annual Report Serta Pengaruh Political Visibility dan Economic Performance. *Pekbis Jurnal*, Vol. 1, No. 1, 1-11.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3, 305-360.
- Jiraporn, P., & Chintrakarn, P. (2013). How do powerful CEOs View Corporate Social Responsibility (CSR)? An Empirical Note. *Economics Letters* 119, 344-347.
- Jouber, H. (2019). How does CEO Pay Slice Influence Corporate Social Responsibility? U.S. - Canadian Versus Spanish - French Listed Firms. *Corporate Social Responsibility Environmental Management*, 1-16.
- Kaswan. (2019). 45 Soft Skills Kepemimpinan Praktik untuk Meraih Keunggulan Personal dan Profesional. Bandung: Pustaka Setia.
- Li, F., Li, T., & Minor, D. (2015). CEO Powe, Corporate Social Responsibility, and Firm Value: A Test of Agency Theory. 1-31.
- Loh, L., Thao, N. P., Sim, I., Thomas, T., & Yu, W. (2016). Sustainability Reporting In ASEAN.
- Mahoney, L.Schafer and Thorn, Linda. (2006). An Examination of the Structure of Executive Compensation and Corporate Social Responsibility; A Canadian Investigation. *Journal of Business Ethics* (69), 149-162.
- Mapisangka, A. (2009). Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. *Jurnal JESP*.
- Michelon, G., S. Pilonato, and F. Ricceri. (2015). CSR Reporting Practices and The Quality of Disclosure: An Empirical Analysis. *Critical Perspectives on Accounting*, 33, 59-78.

- Minnick, Kristina and Noga. Tracy. (2010). Do corporate governance characteristics influence tax management?. *Journal of Corporate Finance* 16, 703-718.
- Muharam, H. (2004). Kompensasi Chief Executive Officer (CEO) dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi Vol 1, Nomor 2*, 9-15.
- Murphy, P. E., & Schlegelmich, B. B. (2013). Corporate Social Responsibility and Corporate Social Iresponsibility: Introduction to a special topic section. *Journal of Business Research*, 1-7.
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal*, 22-34.
- Papadakis, V. M. (2006). Do CEOs Shape The Process of Making Strategic Decisions? Evidence From Greece. *Management Decision Vol. 44 No. 3*, 367-394.
- Patten, D. M. (1991). Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 297-308.
- Roberts, R. W. (1992). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Accounting Organizations and Society, Vol. 17, No. 6*, 595-612.
- Rudyanto, A., & Wimelda, L. (2020). Core Option VS Comprehensive Option : Which One Is Better? *Journal Of Comtemporary African Studies*, 1-13.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communication A Framework For Practitioners*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal Volume I*, 124-140.
- Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory*. Canada: Pearson.
- Sembiring, E. R. (2006). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI Vol 6 No. 1*, 69-85.
- Sheik, S. (2018). Corporate Social Responsibility and Firm Leverage: The Impact of Market Competition. *Research in International Business and Finance*, 1-46.
- Sheikh, S. (2018). An Examination of The Dimensions of CEO Power and Corporate Social Responsibility. *Resview of Accounting and Finance*, 221-244.
- Solihin, I. (2011). *Corporate Social Responsibility From Chrity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Aproaches. *The Academy of Management Review*, 571-610.
- Sudana, I. M., & Aristina, N. N. (2017). Chief Executive Officer (CEO) Power, CEO Keluarga, dan Nilai IPO Premium Perusahaan Keluarga di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Volume XXI, No 02*, 219-231.
- Utomo, M. (2000). Praktik Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan antara Perusahaan-Perusahaan High Profile dan Low Profile). *Simposium Nasional Akuntansi III*.
- Wakid, N. L., Triuwono, I., & Assih, P. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada

- Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *El Muhasaba Jurnal akuntansi*.
- Wibowo. (2011). Manajemen kinerja. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Widhayati, D. A., & Sukoharsono, E. G. (2017). The Compliance of GRI G4 Guidelines and the Relevance with Creating Shared Value (CVS) Concept: Sustainability and Partnership and Community Development Reports Analysis of PT Pupuk Kaltim. *Paper of International Conference on Socio Political Entrepreneurship*, 116-125.
- Yuliana, R., Purnomosidhi, B., & Sukoharsono, E. G. (2008). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia Vol 5 No. 2*, 245-276.
- Zahra, S. F., Makhdalena, & Trisnawati, F. (2014). Pengaruh Komisaris Independen dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014. *Jurnal Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau*, 1-11.
- Zhang, M. (2015). CEO Power and Corporate Social Responsibility (CSR).
- Zhao, J. (. (2017). Corporate Social Responsibility and CEO Power. *University of Western Ontario*, 1-54.