



- 1 Corporate Governance
- 2 Corporate Social Responsibility
- 3 Nilai Perusahaan
- 4 Pengungkapan Keselamatan Kerja
- 5 Kinerja Pemerintah
- 6 Manajemen Laba
- 7 Pengungkapan Emisi Karbon
- 8 Koneksi Politik
- 9 Membangun Citra Perusahaan yang Berkelanjutan
- 10 The Use of Artificial Intelligence in Corporate Governance

Seri Riset Akuntansi Terkini
Corporate Governance

Seri Riset Akuntansi Terkini

Corporate Governance

Prof. Dr. Rahmawati, M.Si., Ak., CA.
Prof. Doddy Setiawan, SE, M.Si., Ph.D, Ak.
Ari Kuncara Widagdo, SE, M.B.A., Ph.D., Ak.
Dr. Aminah, SE, M.S., Ak., CSRS
Dr. Djuminah, M.Si., Ak.
Dr. Dra. Endang Dwi Amperawati, M.M.
Dr. Endang Hariningsih, SE, M.Sc.
Dr. Khairudin, SE, M.S., Ak.
Dr. Kusumaningdyah Retno, M.Si., Ak.
Dr. Rita Noviani, S.Si., M.Sc.
Dr. Siti Arifah, SE, M.Si., Ak., CA.
Dr. Sri Hartoko, MBA., Ak.
Dr. Ir. H. Warsina, M.Si.
Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS, Ak., CA.
Dra. Y. Anni Aryani, M. Prof. Acc., Ph.D., Ak.
Drs. Agus Budiartanto, M.Si., Ak, CA.
Kiswanto, SE, M.Si., CMA., CIBA., CERA
Dra. Siti Nurlaela, SE, M.Si., Ak., CA.
Sri Murni, SE, M.Si., Ak., CA

Seri Riset Akuntansi Terkini

Corporate Governance

Prof. Dr. Rahmawati, M.Si., Ak., CA.
Prof. Doddy Setiawan, SE, M.Si., Ph.D, Ak.
Ari Kuncara Widagdo, SE, M.B.A., Ph.D., Ak.
Dr. Aminah, SE, M.S., Ak., CSRS
Dr. Djuminah, M.Si., Ak.
Dr. Dra. Endang Dwi Amperawati, M.M.
Dr. Endang Hariningsih, SE, M.Sc.
Dr. Khairudin, SE, M.S., Ak.
Dr. Kusumaningdyah Retno, M.Si., Ak.
Dr. Rita Noviani, S.Si., M.Sc.
Dr. Siti Arifah, SE, M.Si., Ak., CA.
Dr. Sri Hartoko, MBA., Ak.
Dr. Ir. H. Warsina, M.Si.
Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS, Ak., CA.
Dra. Y. Anni Aryani, M. Prof. Acc., Ph.D., Ak.
Drs. Agus Budiarmanto, M.Si., Ak, CA.
Kiswanto, SE, M.Si., CMA., CIBA., CERA
Dra. Siti Nurlaela, SE, M.Si., Ak., CA.
Sri Murni, SE, M.Si., Ak., CA

SERI RISET AKUNTANSI TERKINI
CORPORATE GOVERNANCE

Prof. Dr. Rahmawati, M.Si., Ak., CA.
Prof. Doddy Setiawan, SE, M.Si., Ph.D, Ak.
Ari Kuncara Widagdo, SE, M.B.A., Ph.D., Ak.
Dr. Aminah, SE, M.S., Ak., CSRS
Dr. Djuminah, M.Si., Ak.
Dr. Dra. Endang Dwi Amperawati, M.M.
Dr. Endang Hariningsih, SE, M.Sc.
Dr. Khairudin, SE, M.S., Ak.
Dr. Kusumaningdyah Retno, M.Si., Ak.
Dr. Rita Noviani, S.Si., M.Sc.
Dr. Siti Arifah, SE, M.Si., Ak., CA.
Dr. Sri Hartoko, MBA., Ak.
Dr. Ir. H. Warsina, M.Si.
Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS, Ak., CA.
Dra. Y. Anni Aryani, M. Prof. Acc., Ph.D., Ak.
Drs. Agus Budiarmanto. M.Si., Ak, CA.
Kiswanto, SE, M.Si., CMA., CIBA., CERA
Dra. Siti Nurlaela, SE, M.Si., Ak., CA.
Sri Murni, SE, M.Si., Ak., CA



Bekerjasama
dengan

SERI RISET AKUNTANSI TERKINI
PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEBELAS MARET



Penerbit dan Pencetak:

UPP STIM YKPN

Jl. Palagan Tentara Pelajar Km. 7 Yogyakarta 55581

Telp./Faks. (0274) 889317, SMS Hotline 08157988210

Email: uppstimykpn@gmail.com

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014

Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Kata Pengantar

Sebuah organisasi yang kokoh dan berkelanjutan tidak hanya dapat diukur dari performa keuangannya, tetapi juga dari kualitas pengelolaannya. Corporate governance, telah menjadi fondasi penting bagi keberhasilan dan keberlanjutan berbagai jenis usaha di era globalisasi ini. Dalam sebuah dunia bisnis yang semakin kompleks dan dinamis, praktik-praktik corporate governance memberikan pedoman yang esensial untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pemegang saham, manajemen, dan para stakeholder lainnya.

Buku ini hadir sebagai kontribusi bagi para pemangku kepentingan bisnis, akademisi, praktisi, dan pembaca yang tertarik untuk memahami lebih dalam mengenai implementasi corporate governance dalam berbagai sektor usaha. Melalui serangkaian tulisan yang mendalam, para penulis menguraikan konsep-konsep dasar corporate governance, menyajikan studi kasus nyata, dan memberikan pandangan terkini mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan di berbagai sektor, dengan harapan dapat mengubah tantangan yang dihadapi menjadi sebuah peluang bisnis.

Bagian awal buku ini membahas landasan filosofis corporate governance secara umum. Kami juga membahas peran penting pemegang saham, dewan direksi, dan manajemen dalam menciptakan struktur pengelolaan yang sehat dan bertanggung jawab.

Pada bagian berikutnya, pembaca diajak untuk menjelajahi penerapan corporate governance dalam sektor-sektor yang berbeda. Mulai dari perusahaan publik hingga usaha kecil dan menengah, juga organisasi nirlaba. Dalam setiap bab nya memberikan wawasan tentang tantangan unik yang dihadapi oleh berbagai jenis usaha.

Kami berharap bahwa buku ini akan dapat menjadi sumber inspirasi dan pemahaman yang berharga bagi para pembaca. Dengan memperkuat praktik corporate governance, kita tidak hanya mengukir keberhasilan jangka pendek, tetapi juga mendirikan landasan kokoh bagi pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

Terima kasih kepada para penulis yang telah berkontribusi, serta kepada pembaca yang telah meluangkan waktu untuk memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep corporate governance.

Terima kasih juga kepada UPP STIM YKPN atas kerjasamanya untuk menerbitkan buku ini. Karena melalui buku ini, kita dapat bersama-sama merayakan pencapaian, belajar menghadapi rintangan, dan memupuk semangat untuk melangkah ke depan. Semoga buku ini memberikan pandangan yang bermanfaat dan menginspirasi perubahan positif dalam dunia bisnis.

Salam,

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
1 Corporate Governance	1
1.1 Struktur Tata Kelola Perusahaan Perseroan Terbatas	1
1.2 Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)	2
1.2.1 Dewan Komisaris	2
1.2.2 Direksi	2
1.2.3 Komite Dewan.....	2
1.2.4 Sekretaris Perusahaan	3
1.2.5 Auditor Internal.....	3
1.2.6 Auditor Eksternal	3
1.3 Tata Kelola Perusahaan Keluarga	3
2 Corporate Social Responsibility	7
2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility	8
2.2 Jenis CSR	9
2.3 Manfaat CSR	10
2.4 Pengungkapan Corporate Social Responsibility	10
2.5 Regulasi CSR.....	11
2.6 Tantangan dalam Penerapan CSR.....	12
3 Nilai Perusahaan	15
3.1 Arti Penting Nilai Perusahaan	16
3.2 Teori tentang Nilai Perusahaan	17
3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan	19

4	Pengungkapan Keselamatan Kerja	23
4.1	Landasan Teori.....	29
4.1.1	Landasan Filosofi.....	29
4.1.2	Teori Kepatuhan (<i>Compliance Theory</i>)	31
4.1.3	Pengungkapan Corporate Social Responsibility.....	34
4.1.4	Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.....	35
4.1.5	Pertumbuhan Perusahaan	36
4.1.6	Rasio Utang	36
4.1.7	Ukuran Perusahaan.....	37
4.1.8	Tingkat Kecelakaan Kerja	38
4.1.9	Eksposur Media.....	38
4.1.10	Biaya Asuransi	40
4.1.11	Kelengkapan APD	41
4.2	Kerangka Konseptual Penelitian	41
4.2.1	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan.....	42
4.2.2	Pengaruh Rasio Utang terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.....	42
4.2.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.....	43
4.2.4	Pengaruh Tingkat Kecelakaan Kerja terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.....	45
4.2.5	Pengaruh Eksposur Media terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.....	45
4.2.6	Pengaruh Biaya Asuransi terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.....	46
4.2.7	Pengaruh Kelengkapan APD terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.....	47
5	Kinerja Pemerintah.....	55
5.1	Pengawasan Legislatif atas Penganggaran.....	56
5.2	Pengawasan Legislatif atas Pelaksanaan Anggaran	57
5.3	Pengawasan Legislatif atas Pertanggungjawaban Anggaran	58
5.4	Pakta Integritas	59
5.5	Dana Insentif Daerah	61
5.6	Korupsi	62

5.7	Ukuran Pemerintah Daerah	63
6	Manajemen Laba	71
6.1	Model Healy.....	72
6.2	Model Jones.....	72
6.3	Model Modified Jones	73
6.4	Model Kothari	74
6.5	Perkembangan Studi Mengenai Earnings Management	75
6.5.1	Studi Bibliometrik.....	75
6.5.2	Perkembangan Jumlah Publikasi.....	75
7	Pengungkapan Emisi Karbon	88
7.1	Legitimacy Theory.....	90
7.2	State of the Art	92
8	Koneksi Politik	97
8.1	Hubungan Koneksi Politik dengan Kinerja Perusahaan	98
8.2	Hubungan antara koneksi politik dengan tata kelola perusahaan	99
9	Membangun Citra Perusahaan yang Berkelanjutan.....	103
9.1	Latar Belakang Pemilihan Endorser dalam Pemasaran	103
9.2	Pengenalan Konsep Etika dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Konteks Pemilihan Endorser.....	104
9.3	Dampak Pemilihan Endorser terhadap Citra Perusahaan	105
9.4	Peran Endorser sebagai Perwakilan Nilai-Nilai Perusahaan	106
9.5	Tantangan yang Dihadapi dalam Pemilihan Endorser Etis dan Bertanggung Jawab.	106
9.6	Etika dalam Pemilihan Endorser	107
9.7	Kasus-kasus Studi tentang Pemilihan Endorser yang Mengabaikan Etika.....	108
9.8	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Pemilihan Endorser	110
9.9	Pengukuran Dampak Positif Pemilihan Endorser yang Sejalan dengan CSR	110
9.10	Integrasi CSR dalam Strategi Periklanan di Media Sosial yang Beretika.....	111
9.11	Studi Kasus Integrasi Pemilihan Endorser Beretika yang Sejalan dengan Corporate Social Responsibility.....	112
10	The Use of Artificial Intelligence in Corporate Governance	119
10.1	Relation between corporate governance and AI.....	119
10.2	The trends in implementing corporate governance in companies.....	120
10.3	Benefits of using AI in corporate governance.....	121

10.4 AI tools that can be used in Corporate Governance.....	122
10.5 Example of AI usage in firms.....	123
10.6 How can AI be used to automate data collection and analysis	124
10.7 Challenges of implementing AI-powered data analysis.....	124
10.8 The use of AI to improve compliance in corporate governance.....	125
10.9 The use of AI to detect and prevent fraud in corporate governance	125
10.10 Best practices for implementing AI in corporate governance.....	126
10.11 Some key considerations when implementing AI in corporate governance.....	127
10.12 Some challenges when implementing AI in corporate governance	128
10.13 Some potential risks of relying too heavily on AI	129
10.14 Summary.....	129
Biodata Penulis.....	132

1 Corporate Governance

Prof. Dr. Rahmawati, M.Si., Ak. , CA.Ak.

Sri Murni, S.E., M.Si, Ak.

Ari Kuncara Widagdo, S.E., M.B.A., Ph.D.,Ak.

Dr. Kusumaningdyah Retno, M.Si, Ak.

Turnbull (1997) menjelaskan bahwa tata kelola perusahaan adalah sistem tata kelola yang diselenggarakan dengan mempertimbangkan semua faktor yang mempengaruhi proses kelembagaan, termasuk faktor-faktor yang berhubungan dengan fungsi pengaturan. Forum untuk Perusahaan Tata kelola di Indonesia mendefinisikan tata kelola perusahaan sebagai seperangkat peraturan yang menentukan hubungan antara pemegang saham, manajemen, kreditur, pemerintah, karyawan dan pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak dan kewajibannya, atau dengan kata lain sistem yang mengatur dan mengaturnya perusahaan. Tujuan tata kelola perusahaan adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan (Syakhroza, 2002). Selain itu, beberapa studi telah menemukan bahwa baik governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, variabel corporate governance berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Brown dan Caylor, 2006; Durnev dan Kim, 2005; Gompers *et al*, 2003; Klapper dan Cinta, 2002; Rehman dan Mangla, 2012).

Beberapa Badan Usaha Milik Negara di Indonesia 100% dimiliki oleh pemerintah Republik Indonesia, namun sebagian lainnya telah bekerjasama kepemilikannya kepada publik dengan persentase tertentu melalui penjualan saham secara terbuka. Menurut Ng et al. (2009), tingginya tingkat kepemilikan negara (dalam China) dengan kinerja yang lebih tinggi mengarah ke tingkat hak arus kas yang tinggi. Seperti perusahaan mendapatkan keuntungan dari dukungan pemerintah, baik melalui pemantauan, koneksi bisnis, atau politik yang lebih kuat.

1.1 Struktur Tata Kelola Perusahaan Perseroan Terbatas

Pada dokumen *Indonesian Corporate Governance Manual (Second Edition)* menyebutkan bahwa struktur tata kelola perusahaan perseroan terbatas terbagi menjadi dua, yaitu perusahaan yang tidak terdaftar dan perusahaan terdaftar. Bagi perusahaan yang tidak terdaftar harus memiliki RUPS, dewan komisaris, dan dewan direksi. Sementara bagi perusahaan yang terdaftar selain badan yang diperlukan untuk perusahaan tidak terdaftar, perusahaan yang terdaftar harus memiliki komite audit, komite nominasi dan remunerasi, sekretaris perusahaan, auditor internal.

1.2 Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

RUPS PT adalah organ perusahaan yang memiliki wewenang pengambilan keputusan di luar yang diberikan kepada dewan komisaris dan direksi, sebagaimana ditentukan oleh PT atau anggaran dasar (AD) perusahaan. Semua pemegang saham biasa memiliki hak untuk berpartisipasi dalam RUPS dan memegang jumlah suara yang sesuai dengan saham biasa masing-masing. RUPS menyetujui nominasi untuk keanggotaan dewan komisaris dan direksi. Selain itu, menyetujui laporan tahunan, laporan keuangan, distribusi laba dan rugi termasuk pembayaran dividen, amandemen modal dasar, amandemen AD, reorganisasi dan pembubaran, dan transaksi luar biasa.

1.2.1 Dewan Komisaris

Dewan komisaris memainkan peran sentral dalam kerangka tata kelola perusahaan Indonesia. Dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi dan memberi nasihat kepada direksi, dalam rangka mengejar kepentingan dan tujuan perusahaan. AD dapat memberi wewenang kepada dewan komisaris untuk memberikan persetujuan atau bantuan kepada dewan komisaris dalam komisi tindakan hukum yang ditentukan. *Corporate Governance Code (CG Code)* menetapkan standar umum yang menyatakan bahwa dewan komisaris harus memiliki kapasitas untuk melakukan tanggung jawabnya dengan integritas, dan untuk memastikan bahwa kegiatan perusahaan mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku. Di Indonesia menganut *two tier system* yang ditandai dengan keberadaan badan pengawas dan manajemen yang berbeda. Pertama, biasanya disebut sebagai dewan pengawas atau dewan komisaris di Indonesia. Kedua, sebagai dewan eksekutif atau direksi di Indonesia. Di bawah sistem ini, dewan eksekutif /direksi bertanggung jawab atas manajemen perusahaan sehari-hari dan akan diawasi oleh dewan pengawas/dewan komisaris. Kedua badan ini memiliki wewenang yang berbeda dan komposisi mereka tidak dapat dicampur, yaitu, anggota direksi tidak dapat duduk di dewan komisaris dan sebaliknya. Keuntungan dari sistem dua tingkat adalah mekanisme pengawasan yang jelas, tetapi telah dikritik karena pengambilan keputusan yang tidak efisien.

1.2.2 Direksi

Setiap perusahaan harus memiliki Direksi yang bertanggung jawab atas manajemen sehari-hari. Direksi adalah perwakilan hukum perusahaan, kecuali jika akan menimbulkan konflik kepentingan atau direksi belum ditunjuk, dalam hal ini dewan komisaris untuk sementara waktu dapat mengisi peran ini. Direksi bertanggung jawab kepada RUPS. Hukum perusahaan Indonesia dan AD perusahaan mengatur wewenang direksi, serta prosedur untuk pemilihan dan pemberhentian direktur perorangan.

1.2.3 Komite Dewan

Bertugas untuk membantu dan membuat rekomendasi kepada dewan komisaris. CG Code merekomendasikan agar perusahaan membentuk komite untuk melakukan fungsi tertentu seperti audit, manajemen risiko, dan memantau nominasi dan remunerasi direktur. Menanggapi rekomendasi ini, OJK sekarang meminta dewan komisaris perusahaan publik di Indonesia untuk membentuk komite audit dan komite nominasi dan remunerasi, yang harus melapor kepada dewan komisaris.

1.2.4 Sekretaris Perusahaan

Perusahaan Terdaftar di Indonesia juga harus memiliki sekretaris perusahaan, yang tugasnya memastikan perusahaan menyediakan informasi perusahaan yang relevan bagi publik, memberi nasihat kepada direksi sehubungan dengan kepatuhan terhadap UU pasar modal dan peraturan pelaksanaannya, dan untuk bertindak sebagai titik kontak antara emiten atau perusahaan publik dan OJK serta publik.

1.2.5 Auditor Internal

OJK mengharuskan direksi perusahaan publik Indonesia untuk membentuk fungsi audit internal. Auditor internal memainkan peran yang semakin penting di banyak perusahaan publik Indonesia untuk memperkuat standar tata kelola mereka.

1.2.6 Auditor Eksternal

Hukum perusahaan Indonesia menetapkan bahwa direksi harus menyiapkan laporan tahunan, yang setelah diperiksa oleh dewan komisaris harus diserahkan kepada RUPS. Laporan tahunan mencakup laporan keuangan dengan neraca dan laporan laba rugi. Audit eksternal atas laporan keuangan oleh auditor eksternal independen yang bersertifikasi (perusahaan/organisasi audit berlisensi dan terakreditasi) adalah wajib bagi perusahaan yang:

- a. dianggap sebagai perusahaan yang diaudit kepatuhan (perusahaan milik negara, perusahaan yang didanai dengan investasi asing, bank komersial, lembaga kredit, lembaga keuangan, perusahaan asuransi, dan perusahaan publik),
- b. perusahaan pengendali yang membuat laporan keuangan konsolidasian,
- c. penerbitan sekuritas atau instrumen keuangan lainnya yang diperdagangkan di pasar terorganisir
- d. Untuk perusahaan terbuka, auditor eksternal adalah badan yang terpisah dari perusahaan, yang dipilih oleh RUPS dari daftar auditor yang diberi wewenang oleh departemen keuangan untuk mengaudit laporan keuangan perusahaan yang terdaftar, menyiapkan laporan auditor, dan menyerahkan laporan ini kepada direksi.

1.3 Tata Kelola Perusahaan Keluarga

Salah satu ciri utama yang membedakan perusahaan keluarga dari perusahaan non keluarga adalah peran ganda yang dimainkan anggota keluarga dalam keluarga dan perusahaan (Tagiuri & Davis 1996). Keragaman peran ini dikombinasikan dengan keterikatan kepemilikan dan kontrol mempengaruhi struktur tata kelola perusahaan dan mengarah pada persyaratan yang berbeda dan spesifik dibandingkan dengan perusahaan non-keluarga (Bartholomeusz & Tanewski 2006; Carney 2005; Mustakallio *et al.*, 2002). Selain pengawasan dan kontrol manajemen, bisnis keluarga perlu membangun struktur tata kelola yang meningkatkan kohesi dan berbagi visi dalam keluarga, sementara pada saat yang sama mengurangi konflik (Mustakallio *et al.*, 2002). Sejalan dengan itu, pertimbangan dimensi keluarga (yaitu tata kelola keluarga) merupakan bagian integral dari struktur tata kelola perusahaan keluarga (Klein, 2002). Menurut Donnelley (1964), tata kelola internal sebuah perusahaan keluarga didefinisikan sebagai dua subsistem yang

saling berinteraksi yaitu: (1) bisnis dan (2) keluarga. Subsistem tata kelola bisnis didefinisikan sebagai organisasi administrasi dan pengendalian bisnis yang terdiri dari tim manajemen puncak, dewan direksi dan rapat pemegang saham (Gallo & Kenyon-Rouvinez, 2005; Neubauer, Lank & Ward, 1998). Tugas utama tim manajemen puncak adalah manajemen strategis perusahaan, sementara dewan direksi mengawasi perusahaan dan tim manajemen puncak. Subsistem tata kelola keluarga dilaksanakan dengan tujuan untuk mengamankan dan mengatur keselarasan dalam keluarga (Gallo & Kenyon-Rouvinez, 2005; Mustakallio *et al.*, 2002; Suaré & Santana-Martin 2004) dan terdiri dari dewan keluarga dan rapat pemegang saham (Gallo & Kenyon; Rouvinez 2005; Neubauer *et al.*, 1998).

Teori agensi memberikan pemahaman teoritis tentang bagaimana tata kelola yang efisien dalam organisasi dapat dicapai di bawah orientasi tujuan yang berbeda antara pemilik dan management (Moores, 2009). Teori ini relevan untuk menjelaskan tata kelola perusahaan pada perusahaan keluarga karena menyangkut tentang pentingnya pencapaian tujuan dan keselarasan kepentingan pemangku kepentingan (Goel, Jussilo, & Ikahoimonen, 2014). Lebih lanjut, teori ini menyediakan landasan tentang bagaimana elemen-elemen inti tata kelola seperti pengendalian, legitimasi, dan insentif dapat diartikulasikan dalam perusahaan keluarga (Nordqvist, Sharma & Chirico, 2014). Teori agensi juga menjelaskan tentang pentingnya struktur, sistem, dan proses tata kelola yang dapat ditetapkan dalam perusahaan keluarga untuk memperoleh kinerja perusahaan yang lebih baik atau tata kelola yang efisien (Seibel & Aufseb, 2011).

Melalui teori agensi, perusahaan keluarga berkontribusi pada dua pandangan yang berbeda. Di satu sisi, perusahaan keluarga menghasilkan tata kelola yang efisien (Anderson & Reeb 2003; Chrisman *et al.*, 2004; Jensen & Meckling, 1976; Fama & Jensen 1983). Di sisi lain, perusahaan keluarga menghasilkan tata kelola yang tidak efisien (Gomez-Meija *et al.* 2001; Morck, Shleifer & Vishny 1988; Mork & Yeung 2003; Schulze, Lubatkin, Dino, & Buchholtz, 2001). Perusahaan keluarga menikmati lebih sedikit biaya agensi karena penyatuan kepemilikan dan pengendalian (Jensen & Meckling 1976; Fama & Jensen 1983), sehingga masalah keagenan yang terjadi karena pemisahan kepemilikan dan pengendalian dapat dikurangi dengan adanya penyatuan kepemilikan dan pengendalian. Hubungan jangka panjang di antara anggota keluarga mendapatkan manfaat dari adanya pemantauan.

Seperti yang dikatakan Fama & Jensen (1983) "anggota keluarga memiliki banyak dimensi yang bergantung satu sama lain dalam jangka waktu yang panjang, oleh karena itu anggota keluarga memiliki keuntungan dalam memantau dan mendisiplinkan keputusan manajemen (*agent*)". Anderson & Reeb (2003) memberikan argumen bahwa konsentrasi kepemilikan di antara anggota keluarga mengurangi biaya pemantauan karena kedekatan dan hubungan jangka panjang antara pemilik. Selanjutnya, kepemilikan terkonsentrasi bagi perusahaan keluarga memberikan kekuatan dan insentif bagi pemilik untuk memantau perilaku manajer (Demsetz & Lehn 1985; Jensen & Meckling 1976; Morck *et al.*, 1988; Miller, Miller & Lester, 2013). Ketika kepemilikan terkonsentrasi, manfaat pemantauan sepadan dengan waktu dan energi yang dihabiskan pemilik (Demsetz & Lehn, 1985). Kepemilikan terkonsentrasi juga meningkatkan sikap kepengurusan terhadap perusahaan (Miller *et al.*, 2013).

Kepemilikan terkonsentrasi menumbuhkan rasa memiliki yang tercermin pada ikatan emosional dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya di dalam dan di luar (Gomez-Meija *et al.*, 2007). Pandangan berbeda mengenai masalah keagenan

yaitu bahwa perusahaan keluarga mengalami konflik di antara pemilik (Schulze *et al.*, 2001). Ada dua jenis biaya keagenan antar pemilik, dikenal dengan konflik antara pemegang saham mayoritas dan minoritas (Morck & Yeung, 2003; Chrisman *et al.*, 2010) dan tindakan anggota keluarga yang dapat merusak baik investor mayoritas maupun minoritas (Gómez-Mejía *et al.*, 2001; Schulze *et al.*, 2003). Morck *et al.* 81(1988) menemukan kecenderungan perusahaan keluarga menerapkan penerapan manajerial yang merugikan pemegang saham minoritas.

Pada penelitian ini, tata kelola menggunakan mekanisme tata kelola formal dan informal. Tata kelola informal dilakukan melalui konsentrasi kepemilikan yang berpusat pada keluarga dan menimbulkan pengendalian keluarga yang kuat. Tata kelola formal melalui struktur tata kelola perusahaan, yaitu dengan keberadaan dan efektifitas dewan direksi, dewan komisaris, dan komite audit.

Daftar Pustaka

- Anderson, R.C. and Reeb, D.M. (2003). Founding-family ownership and firm performance. Evidence from S&P 500. *Journal of Finance*, **58**, pp. 1301–1328.
- Bartholomeusz, S. and G.A. Tanewski. (2006). The Relationship between Family Firms and Corporate Governance. *Journal of Small Business Management*, **44**(2): 245 – 267.
- Brown, L. and M. Caylor. (2006). Corporate Governance and Firm Valuation. *Journal of Accounting and Public Policy*, **25**: 409 – 434
- Carney, M. (2005). Corporate Governance and Competitive Advantage in FamilyControlled Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, **29**(3): 249 – 265.
- Chrisman, J. J., J. H. Chua, and R. A. Litz (2004). “Comparing the Agency Costs of Family and NonFamily Firms: Conceptual Issues and Exploratory Evidence,” *Entrepreneurship Theory & Practice* **28** (4), 335–354.
- Demsetz, H., and K. Lehn. (1985). The Structure of Corporate Ownership: Causes and Consequences. *The Journal of Political Economy*, **93** (6): 1155-1177.
- Donnelley, R. (1964). The Family Business. *Harvard Business Review*, **42**: 93 – 105.
- Durnev, Art and E. Han Kim, Han E., (2005), To Steal or Not to Steal: Firm Attributes, Legal Environment, and Valuation, *Journal of Finance*, [Volume 60, Issue 3](#), June.
- Fama, E & Jensen, MC (1983), ‘Agency problems and residual claims’, *J. Law and Economy*, vol. 26 pp. 325-44.
- Gallo, M. and D. Kenyon-Rouvinez. (2005). The importance of family and business governance. In Kenyon-Rouvinez, D. and Ward, J.L. (eds), *Family Business. Key Issues*. Basingstoke: Palgrave/Macmillan: 45 – 57.
- Goel, S., L. Jussilo, and Ikahoimonen. (2014). *Governance in Family Firms: A Review and Research Agenda*. in SAGE Handbook of Family Business. Eds. L. Melin, M. Nordqvist and P. Sharma. Thousand Oaks, CA: SAG: 196 – 225.
- Gómez-Mejía, L.R., Núñez-Nickel, M. and Guitierrez, I. (2001). The role of family ties in agency contracts. *Academy of Management Journal*, **44**, pp. 81–95.
- Gompers, P., J. Ishii, and A. Metrick. (2003). Corporate governance and equity prices. *Quarterly Journal of Economics*, **118**: 107 – 155.
- 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.

- Klapper, L. F., & Love, I. (2002). Corporate Governance, Investor Protection and Performance in Emerging Markets. *SSRN Electronic Journal*, 10, 703-728.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.303979>
- Klein, A. (2002). Audit Committee, Board Of Director Characteristics, and Earnings Management. *Journal of Accounting & Economics*, 33(3): 375 – 400
- Miller, D., and I. Le Breton-Miller. (2006). Family Governance And Firm Performance: Agency, Stewardship, and Capabilities. *Family Business Review*, 19(1): 73 – 87.
- Moores, K. (2009). 'Paradigms And Theory Building in The Domain of Business Families'. *Family Business Review*, 22 (2): 167 – 80.
- Morck, R., & Yeung, B. (2003). Agency problems in large business groups. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 367-382.
- Morck, R., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1988). Management ownership and market valuation. *Journal of Financial Economics*, 20, 293-315.
- Mustakallio, M., Autio, E., and Zahra, S. A. (2002). Relational and Contractual Governance in Family Firms: Effects on Strategic Decision Making. *Family Business Review*, 15(3): 205 – 222
- Neubauer, F., A.G. Lank and J.L. Ward. (1998). *The Family Business*. Its Governance and Sustainability. London/New York: Macmillan/Routledge.
- Nordqvist, M., P. Sharma, and F. Chirico. (2014). Family Firm Heterogeneity and Governance: A Configuration Approach. *Journal of Small Business Management*, 52(2): 192 – 209.
- Ramiz ur Rehman, Inayat Ullah Mangla, (2012) "Does Corporate Governance Influence Banking Performance?," *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, Vol. 9, Iss. 3, pp. 86 – 92
- Schulze, W.S., Lubatkin, M.H., Dino, R.N., & Buchholtz, A.K. (2001). Agency relationships in family firms, *Organization Science*, 12(2), 99–116.
- Schulze, W.S., M.H. Lubatkin, R.N. Dino, and A.K. Buchholtz. (2001). Agency Relationships in Family Firms, *Organization Science*, 12(2): 99 – 116.
- Siebel, J.F and Aufseb, D.K, (2011), a review of theory in family business research: the implication for corporate governance, *International Journal of Business Review*, Vol 14, P.280-304.
- Suaré, K. and D. Santana-Martin. (2004). Governance in Spanish Family Business. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 10: 141 – 163.
- Syakhroza, Ahmad. (2002). Mekanisme Pengendalian Internal dalam melakukan Assesment terhadap pelaksanaan good corporate governance, *majalah usahawan Indonesia*, No.08, Vol xxxl, PP41-52.
- Tagiuri, R. and Davis, J. (1996) Bivalent Attributes of The Family Firm. *Family Business Review*, 9(2):199 – 208.
- Ng, A., Yuce, A., & Chen, E. (2009). Determinants of state equity ownership, and its effect on value/performance: China's privatized firms. *Pacific Basin Finance Journal*, 17(4), 413–443.
<https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2008.10.003>
- Salvioni, D. M., Franzoni, S., Gennari, F., & Cassano, R. (2018). Convergence in corporate governance systems and sustainability culture. *International Journal of Business Performance Management*, 19(1), 7–15. <https://doi.org/10.1504/IJBPM.2018.088490>
- Turnbull, S. (1997). Corporate Governance: Its scope, concfile:///C:/Users/ASUS/Downloads/Ng et al 2009.pdferns and theories. *Corporate Governance: An International Review*, 5(4), 180–205. <https://doi.org/10.1111/1467-8683.00061>

2 Corporate Social Responsibility

Dr. Djuminah, M.Si., Ak.
Dr. Sri Hartoko, M.BA., Ak.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen bisnis organisasi untuk mengambil tindakan etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi masyarakat tertentu atau masyarakat luas serta meningkatkan taraf hidup karyawan dan keluarganya. CSR bertujuan agar perusahaan tidak hanya fokus pada Single-Bottom-Line dalam bentuk kinerja keuangan. Namun, itu fokus lebih pada konsep Triple-Bottom-Line (TBL) yang meliputi aspek keuangan, kehidupan sosial, dan lingkungan (Kalbuana, Sutadipraja, Purwanti, dan Santoso, 2019). Tanggung jawab sosial ini dapat dikatakan sebagai investasi sosial yang akan menjamin kelangsungan usaha perusahaan saat ini dan merupakan salah satu usaha perusahaan strategi jangka panjang untuk memberikan nilai tambah bagi masyarakat sekitar.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah bentuk pengaturan mandiri bisnis swasta internasional yang bertujuan untuk berkontribusi pada tujuan sosial yang bersifat filantropi, aktivis, atau amal. Ini adalah model bisnis yang membantu perusahaan bertanggung jawab secara sosial kepada dirinya sendiri, pemangku kepentingannya, dan publik. CSR melibatkan upaya perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang meningkatkan masyarakat dan lingkungan, daripada berkontribusi negatif kepada mereka. Ini dapat mengambil banyak bentuk, seperti filantropi, upaya sukarela, dan inisiatif lingkungan.

CSR dapat mencakup kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi, seperti meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, pelestarian lingkungan, memberikan beasiswa bagi anak-anak kurang mampu, berkontribusi dalam pemeliharaan fasilitas umum, dan mendukung pengembangan fasilitas sosial bagi masyarakat luas. Ini adalah cara bagi perusahaan untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap penyebab sosial dan lingkungan, dan juga dapat membantu meningkatkan berbagai aspek masyarakat sambil mempromosikan citra merek yang positif bagi perusahaan.

CSR adalah konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan masyarakat di mana perusahaan beroperasi. Ini adalah cara bagi perusahaan untuk melampaui sekadar menghasilkan keuntungan dan secara aktif berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Pengertian CSR dapat dilihat dalam Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 1 ayat 3 yang menyatakan sebagai berikut:

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah Komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam membangun Ekonomi Berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Dengan demikian cakupan tujuan pelaksanaan CSR tersebut adalah meliputi hal berikut:

- a. Guna memperoleh ijin sosial atas operasional perusahaan,
- b. Membantu menyelesaikan permasalahan yang tengah terjadi di lingkungan sekitar Perusahaan,
- c. Mengantisipasi kemungkinan timbulnya kerusakan/ masalah lingkungan,
- d. Guna mendapatkan pengakuan sekaligus penghargaan dari masyarakat tentang keberadaan perusahaan,
- e. Guna meningkatkan komunikasi yang baik dengan para stakeholder,
- f. Peduli terhadap pengurangan risiko dunia usaha pada umumnya,
- g. Tetap menjaga kelestarian hubungan dengan para *regulator*,
- h. Memperluas akses guna meningkatkan *market share*,
- i. Membangun semangat guna meningkatkan produktifitas karyawan,
- j. Memperluas akses guna mendapatkan koontinuitas sumber daya,
- k. Menjaga *Brand Image* perusahaan di mata dunia.

Dalam beberapa literatur, dinyatakan bahwa tujuan pelaksanaan CSR tersebut dapat bermanfaat bagi *profit, planning* dan *planet* atau yang sering dikenal dengan istilah **3P**.

Namun demikian, hingga kini masih terdapat perbedaan mendasar perihal CSR tersebut dilihat dari sudut pandang kajian Hukum Perdata. Pertama, apakah tanggung jawab sosial perusahaan tersebut masuk dalam ranah etika (Etika Bisnis) atautkah harus berada pada Ranah Hukum. Kedua, apakah tanggung jawab sosial perusahaan tersebut perlu diatur dalam perundangan secara khusus disertai dengan sanksi-sanksi yang tegas atautkah tidak perlu diatur secara formal. Adanya dua sudut pandang tersebut menimbulkan aplikasi/penerapan yang sangat beragam bagi setiap Perusahaan.

Kedua belah pihak memiliki argumentasi dan alasannya masing-masing. Hal tersebut dikarenakan latar belakang pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan yang berbeda, serta bentuk kepentingan yang dihadapi demikian beragamnya.

Pihak yang setuju dengan regulasi beranggapan bahwa penerapan tanggung jawab sosial perusahaan ini, secara tegas dinyatakan bahwa kegiatan CSR ini untuk kepentingan manusia dan kemanusiaan, sehingga dianggap perlu diatur dalam sebuah regulasi khusus/ tersendiri. Adapun pihak yang berseberangan menganggap hal tersebut tidak perlu lagi diatur secara tegas, dan cukup diserahkan kepada para pelaku/ pihak Perusahaan.

Adanya pergeseran paradigma dari konsep kepentingan para *stockholder* semata (para pemilik modal/ saham) kepada konsep *stakeholder* (pihak yang berkepentingan), telah mengubah perilaku sebagian besar calon investor untuk mempertimbangkan kelompok perusahaan yang memilih menerapkan CSR. Dengan demikian kelompok ini akan mencari

di mana dan sampai sejauh mana intensitas penerapan CSR tersebut. Pada akhirnya muncullah istilah CSR Disclosure/ Pengungkapan CSR.

Beberapa kesalahpahaman umum tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) meliputi:

- a. CSR hanya tentang filantropi: Sementara program CSR sering melibatkan kegiatan filantropi, CSR adalah pendekatan komprehensif yang mencakup semua aspek operasi perusahaan, mulai dari cara memperlakukan karyawan dan pemasoknya hingga dampak lingkungan dari produk dan layanannya.
- b. CSR hanya untuk bisnis besar: Program CSR dapat bermanfaat bagi perusahaan dari semua ukuran.
- c. CSR adalah pusat biaya: Inisiatif CSR sebenarnya dapat menguntungkan laba perusahaan dengan meningkatkan reputasi merek, menarik pelanggan, dan meningkatkan keterlibatan dan produktivitas karyawan.
- d. CSR hanya tentang kepatuhan: CSR melampaui sekadar kepatuhan terhadap hukum dan peraturan dan melibatkan upaya sukarela perusahaan untuk berkontribusi pada tujuan sosial dan lingkungan.
- e. CSR adalah taktik pemasaran: Meskipun CSR dapat membantu meningkatkan citra merek perusahaan, itu bukan hanya taktik pemasaran. Ini melibatkan komitmen tulus perusahaan terhadap penyebab sosial dan lingkungan.

Kesalahpahaman ini menyoroti perlunya pemahaman yang lebih baik tentang CSR dan perannya dalam operasi bisnis. CSR adalah pendekatan komprehensif yang melibatkan upaya sukarela perusahaan untuk berkontribusi pada tujuan sosial dan lingkungan, dan dapat menguntungkan perusahaan dari semua ukuran dengan meningkatkan reputasi merek, menarik pelanggan, dan meningkatkan keterlibatan dan produktivitas karyawan.

2.2 Jenis CSR

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dapat mengambil berbagai bentuk, dan perusahaan di berbagai industri telah menerapkan inisiatif untuk berkontribusi pada tujuan sosial dan lingkungan. Berikut adalah beberapa contoh inisiatif CSR yang berhasil:

- a. Komitmen Lego terhadap Keberlanjutan: Lego, sebuah perusahaan mainan terkenal, telah berjanji untuk menumbuhkan planet yang sehat dan telah dinobatkan sebagai Mitra Penyelamat Iklim World Wildlife Fund, menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan.
- b. Model Filantropi 1-1-1 Salesforce: Salesforce telah menerapkan model filantropi di mana ia menyumbangkan 1% dari produknya, 1% dari ekuitasnya, dan 1% dari waktu karyawannya untuk tujuan amal.
- c. Ben & Jerry's: Ben & Jerry's dikenal karena komitmennya terhadap penyebab sosial dan lingkungan, termasuk sumber bahan perdagangan yang adil dan mendukung berbagai inisiatif sosial.
- d. Jalur Alaska Airlines menuju Emisi Nol Bersih: Alaska Airlines telah mengambil langkah-langkah untuk mencapai emisi nol bersih, menunjukkan komitmennya terhadap kelestarian lingkungan.

- e. Who Gives A Crap: Perusahaan ini menyumbangkan 50% dari keuntungannya untuk membangun toilet dan meningkatkan sanitasi di negara-negara berkembang, menunjukkan komitmen yang kuat terhadap dampak sosial.

Contoh-contoh ini menggambarkan bagaimana perusahaan dapat mengintegrasikan penyebab sosial dan lingkungan ke dalam operasi mereka, berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan planet ini sambil mempertahankan profitabilitas.

Ada berbagai jenis CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan, antara lain:

- a. CSR Philanthropic adalah jenis CSR yang memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, seperti bantuan pendidikan, kesehatan, dan bencana alam.
- b. CSR Environmental adalah jenis CSR yang bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan, seperti penghijauan, pengelolaan limbah, dan konservasi energi.
- c. CSR Community development adalah jenis CSR yang bertujuan untuk mengembangkan masyarakat, seperti pemberdayaan masyarakat, pengembangan UMKM, dan peningkatan kualitas pendidikan.

2.3 Manfaat CSR

Manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:

- a. Meningkatkan citra perusahaan
- b. Meningkatkan daya saing perusahaan
- c. Meningkatkan loyalitas pelanggan
- d. Meningkatkan motivasi karyawan
- e. Meningkatkan hubungan baik dengan pemangku kepentingan

2.4 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Kesadaran mengenai pentingnya praktik pengungkapan CSR menjadi *trend* global, seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan mereka, perusahaan wajib mencantumkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya sebagai bentuk strategi jangka panjang perusahaan. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan bahwa tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Pengungkapan CSR yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* oleh (Preson, 1981; Mathews, 1997) atau *corporate social responsibility* oleh (Campbell *et al.*, 2003; O'Dwyer, 2002; Tsang, 1998; Hackston and Milne, 1996; Gray *et al.*, 1995), merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung-

jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham, Gray (1995).

CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut (Baddache dan Nicolai, 2013). Tanggung jawab perusahaan (CSR) adalah komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Wibisono 2007). CSR digunakan sebagai mekanisme *entrenchment* (Cespa dan Cestone, 2007) dalam konteks manipulasi pendapatan.

CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk 'membersihkan' keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik (Prastowo dan Huda 2011).

2.5 Regulasi CSR

CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Dalam UUPT, CSR diatur dalam Pasal 74 ayat (1) yang menyatakan bahwa: "Perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan"

Pemerintah Indonesia juga telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan ini mengatur tentang pelaksanaan CSR oleh perusahaan. CSR di Indonesia semakin berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan yang melaksanakan CSR, serta semakin beragamnya jenis dan bentuk CSR yang dilakukan.

CSR juga diatur di dalam Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang ini menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) pasal ini menyatakan kewajiban tersebut diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Selanjutnya ayat (3) menyebutkan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait. Kemudian

ayat (4) menyatakan ketentuan. lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Berbagai macam faktor yang menjadi penyebab mengapa tanggung jawab sosial menjadi begitu penting dalam lingkup organisasi, diantaranya adalah (Manelly, 2012):

- a. Adanya arus *globalisasi*;
- b. Konsumen dan investor sebagai *public* primer organisasi profit membutuhkan gambaran mengenai tanggung jawab organisasi terhadap isu sosial dan lingkungannya;
- c. Sebagai bagian dalam etika berorganisasi;
- d. Masyarakat pada beberapa negara menganggap bahwa organisasi sudah memenuhi standard etika berorganisasi;
- e. Tanggung jawab sosial setidaknya dapat mereduksi krisis yang berpotensi terjadi pada organisasi;
- f. Tanggung jawab sosial dianggap dapat meningkatkan reputasi organisasi.

Bentuk program *CSR* memiliki dua orientasi pertama: internal, yakni *CSR* yang berbentuk tindakan atas program yang diberikan terhadap komunitas. Kedua: eksternal, yakni *CSR* yang mengarah pada tipe ideal yang berupa nilai dalam korporat yang dipakai untuk menerapkan atau mewujudkan tindakan-tindakan yang sesuai dengan keadaan sosial terhadap komunitas sekitarnya. Identifikasi kegiatan *CSR* melalui 3 prinsip utama yakni *sustainability* (keberlanjutan) *accountability* (pertanggung jawaban) dan *transparency* (keterbukaan) (Salvioni et al., 2018).

2.6 Tantangan dalam Penerapan CSR

Dalam menerapkan CSR, seringkali perusahaan menghadapi masalah. Beberapa tantangan yang dihadapi perusahaan ketika menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) meliputi:

- a. Kurangnya Kerangka Kerja yang Jelas: Salah satu tantangan terbesar adalah tidak adanya kerangka kerja yang jelas untuk menerapkan dan mengukur inisiatif CSR.
- b. Permintaan untuk Transparansi dan Pengungkapan: Ada permintaan yang meningkat untuk transparansi dan pengungkapan dalam kegiatan CSR, yang dapat menimbulkan tantangan bagi perusahaan.
- c. Tekanan dari Investor: Perusahaan mungkin menghadapi tekanan dari investor untuk menyeimbangkan inisiatif CSR dengan kinerja keuangan, yang dapat menjadi tantangan.
- d. Menyeimbangkan Profitabilitas dan Dampak Sosial: Menyeimbangkan profitabilitas dengan dampak sosial dan lingkungan adalah tantangan umum bagi perusahaan yang menerapkan inisiatif CSR.
- e. Alokasi Sumber Daya: Mengalokasikan sumber daya untuk kegiatan CSR sambil memastikan keberlanjutan bisnis dapat menjadi tantangan yang signifikan bagi perusahaan.

Tantangan-tantangan ini menyoroti kompleksitas yang terlibat dalam mengintegrasikan CSR ke dalam operasi bisnis dan kebutuhan perusahaan untuk menavigasi berbagai harapan pemangku kepentingan sambil mempertahankan kelayakan finansial mereka.

Daftar Pustaka

- Baddache, F. and Nicolai, I. (2013), "Follow the leader: how corporate social responsibility influences strategy and practice in the business community", *Journal of Business Strategy*, Vol. 34 No. 6, pp. 26-35. <https://doi.org/10.1108/JBS-01-2013-0002>.
- Campbell, D., Craven, B., & Shrides, P. (2003). Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(4), 558-581.
- Cespa, Giovanni and Cestone, Giacinta (2007), Corporate Social Responsibility and Managerial Entrenchment, *Journal of Economics & Management Strategy (JEMS)*, Vol. 16, Issue 3,
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77.
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77-108.
- O'Dwyer, B. (2002). Managerial perceptions of corporate social disclosure: an Irish story. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 406-436.
- Prastowo, J. (2011). Corporate social Responsibility: kunci meraih kemuliaan Bisnis. Samudra Biru.
- Preston, L. E. (1981). "Research on corporate social reporting: directions for development". *Accounting, Organizations and Society*, 6(3), 255-262.
- Tsang, E. W. (1998). A longitudinal study of corporate social reporting in Singapore: the case of the banking, food and beverages and hotel industries. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(5), 624-635.
- Wibisono, Yusuf, (2007), *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, PT Gramedia, Jakarta.

3 Nilai Perusahaan

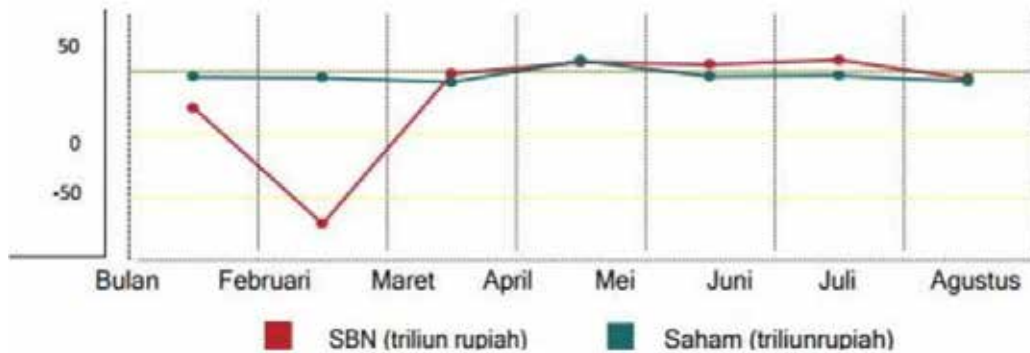
Dra. Siti Nurlaela, SE, MSi., Ak., CA.
Prof. Dr. Rahmawati, M.Si., Ak., CA.
Drs. Agus Budiatmanto, M.Si., Ak., CA.

Nilai perusahaan adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa berharga suatu perusahaan bagi para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, tetapi yang paling umum adalah dengan menggunakan harga saham perusahaan. Harga saham perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap prospek masa depan perusahaan, yang meliputi potensi keuntungan, risiko, dan pertumbuhan.

Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik dan berpotensi memberikan keuntungan yang tinggi bagi para pemegang sahamnya. Sebaliknya, nilai perusahaan yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang buruk dan berpotensi memberikan keuntungan yang rendah atau bahkan kerugian bagi para pemegang sahamnya.

Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham, sehingga pemegang saham tertarik menginvestasikan (Thaharah, 2016). Salah satu alasan meningkatkan biaya perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Bhat, Chen, Bhutto, 2018; Tata dan Prasad, 2015; Clarke, 2015; Haigh dan Hoffman, 2014; Koller *et al*, 2014; Klettner, Clarke dan Boersma, 2013; Dauvergne dan Lister, 2011; Gray, 2010, Aras dan Crowther, 2008; Adams dan Gonzalez, 2007; Baumgartner dan Ebner, 2010; Koller, *et al.*, 2013; Lo dan Sheu, 2007).

Sementara itu harga saham perusahaan pertambangan mengalami penurunan diakibatkan oleh kelebihan produksi dan mengurangi penggunaan batubara (O'Callaghan, 2015). Berdasarkan data terkait fluktuasi aliran dana asing di pasar saham pada 31 Agustus 2020 dapat dilihat pada Gambar berikut.



Gambar 3.1. Aliran dana asing di pasar modal 31 Agustus 2022.
(Otoritas Jasa Keuangan, 2022)

Aliran dana asing di pasar saham pada 31 Agustus 2022 sebesar Rp8,51 triliun. Sementara, di pasar SBN sebesar Rp6,37 triliun (mtd). Aliran dana asing ke pasar saham terjadi Mei sebesar Rp8,03 triliun (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Isu tentang pentingnya Corporate Governance telah diperkuat kasus klasik penipuan perusahaan dan krisis ekonomi (Ntim dan Danbolt, 2012; Claessens dan Yurtoglu, 2013). Mekanisme Corporate Governance yang ketat (Iturriaga, 2009; Aguilera dan Cuervo-Cazurra, 2009).

Selanjutnya Sistem tata kelola perusahaan yang tidak efektif berperan terjadinya penipuan tata kelola yang lemah (Berkman *et al.*, 2009; O'Sullivan, 2000; Friedman and Miles, 2002; Kakabadse, 2001). Penegakan hukum sangat penting mencapai sistem tata kelola perusahaan yang baik (Easterly, 2001; Bushman dkk., 2004; Inyang, 2009).

Pakistan memiliki konsentrasi pasar modal yang rentan, yang ditandai dengan lemahnya penegakan hukum (Ashraf dan Ghani, 2005; Iqbal, 2008; Nawazish dan Sara, 2012). Teori agensi menunjukkan bahwa ada kontrak antara seseorang atau lebih yang mempunyai kepentingan dan orang lain yang diberi tanggung jawab untuk melaksanakannya bunga (biasa disebut kontrak antara prinsipal dan agen) (Arif, 2020).

3.1 Arti Penting Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena dapat digunakan untuk:

- Meningkatkan kemakmuran pemegang saham: Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan keuntungan yang tinggi bagi para pemegang sahamnya.
- Menarik investor: Nilai perusahaan yang tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.
- Meningkatkan daya saing: Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan daya saing perusahaan dalam persaingan bisnis.

Teori Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan pemisahan posisi antara pemilik (prinsipal, pemegang saham) dan manajer (agen) dengan asimetri informasi masalah yang muncul di antara keduanya. Hal ini didasarkan pada tiga karakteristik manusia, yaitu: bahwa manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri, manusia memiliki rasionalitas yang terbatas mengenai persepsi masa depan (*bounded-rationality*), dan manusia tidak suka risiko (menghindari risiko). Eisenhardt (1989), yang pada gilirannya mendorong kemungkinan konflik.

Untuk meminimalkan konflik ini, kepala sekolah dapat mengawasi dan memberikan insentif kepada agen (Jensen dan Meckling, 1976). Indonesia, dalam konteks perusahaan swasta di Indonesia, memiliki hubungan politik dengan komisaris utama dan/atau independen yang memiliki ikatan politik yang luas dengan para komisaris karena kelangkaan sumber daya, termasuk akses terbatas ke pendanaan di pasar. Secara khusus, di negara-negara di mana perlindungan hak keamanan lemah, dan tingkat komersialisasi kuat (Faccio, 2006; Ika, 2020). Mekanisme pengawasan terhadap agen dapat dilakukan di beberapa cara yaitu mekanisme alami seperti kepemilikan perusahaan berupa struktur modal, mekanisme kelembagaan seperti *corporate governance* (Garcia Lara *et al.*, 2009). Sementara itu, upaya untuk mengurangi konflik keagenan juga dapat dilakukan melalui pengawasan tata kelola perusahaan oleh pemegang saham mayoritas (Shleifer dan Vishny, 1997).

Teori Pemangku Kepentingan menyoroti bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi pemangku kepentingannya (Ghazali dan Chariri, 2007). Penting bagi perusahaan untuk mencari dukungan dari setiap pemangku kepentingan perusahaan atas kegiatan bisnis yang dilakukan. Dukungan ini dapat diperoleh dengan perusahaan melalui penyampaian informasi baik keuangan maupun nonkeuangan semua kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan yang diharapkan oleh pemangku kepentingan, khususnya dalam kaitannya dengan *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance*. Teori ini hanya mendorong perusahaan untuk dapat menciptakan bisnis iklim yang dapat menjawab tuntutan pemangku kepentingannya dengan sebaik-baiknya.

Dengan upaya tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan, hal ini akan dinamis meningkatkan dukungan mereka untuk keberlanjutan perusahaan. Menurut Hery (2017:5), nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang dimiliki telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Untuk perusahaan *Go Public*, pergerakan nilai perusahaan sangat berpengaruh calon investor dalam pengambilan keputusan terkait investasi. Nilai tinggi atau rendah dari perusahaan mampu menggambarkan kesejahteraan *stakeholders* (Sucuahi dan Cambarihan, 2016). Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham (Wahidawati, 2002 dalam Permanasari, 2010). Nilai perusahaan menjadi sangat penting bagi perusahaan. Oleh meningkatkan nilai perusahaan, maka akan meningkatkan harga saham yang mencerminkan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan adalah suatu gambaran kinerja yang telah dicapai.

3.2 Teori tentang Nilai Perusahaan

Ada beberapa teori yang berkaitan dengan nilai perusahaan, antara lain (Kruschwitz dan Loeffler, 2006):

- a. Teori Arus Kas Diskonto (*discounted cash flow*, DCF): Teori ini menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah jumlah arus kas masa depan perusahaan yang didiskontokan ke nilai sekarang. Arus kas masa depan perusahaan dapat berupa arus kas operasi, arus kas investasi, dan arus kas pendanaan.

Teori arus kas diskonto (DCF) adalah teori yang paling umum digunakan untuk menghitung nilai perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah jumlah arus kas masa depan perusahaan yang didiskontokan ke nilai sekarang.

Arus kas masa depan perusahaan dapat berupa arus kas operasi, arus kas investasi, dan arus kas pendanaan. Arus kas operasi adalah arus kas yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan. Arus kas investasi adalah arus kas yang dihasilkan dari kegiatan investasi perusahaan. Arus kas pendanaan adalah arus kas yang dihasilkan dari kegiatan pendanaan perusahaan.

Nilai perusahaan dengan menggunakan metode DCF dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = \sum \frac{\text{Arus kas masa depan}}{(1+r)^t}$$

Keterangan:

Σ adalah simbol dari penjumlahan

Arus kas masa depan adalah arus kas yang akan diterima perusahaan di masa depan

r adalah tingkat diskonto

t adalah jumlah periode waktu

- b. Teori Harga Buku (*book value*): Teori ini menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah jumlah aset perusahaan dikurangi dengan jumlah kewajiban perusahaan. Nilai buku perusahaan merupakan nilai tercatat aset dan kewajiban perusahaan pada neraca.

Teori harga buku (*book value*) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah jumlah aset perusahaan dikurangi dengan jumlah kewajiban perusahaan. Nilai buku perusahaan merupakan nilai tercatat aset dan kewajiban perusahaan pada neraca.

Nilai perusahaan dengan menggunakan metode harga buku dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Nilai perusahaan} = \text{Aset} - \text{Kewajiban}$$

- c. Teori Harga Pasar (*market value*): Teori ini menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga saham perusahaan di pasar. Harga saham perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap prospek masa depan perusahaan.

Teori harga pasar (*market value*) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga saham perusahaan di pasar. Harga saham perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap prospek masa depan perusahaan.

Nilai perusahaan dengan menggunakan metode harga pasar dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Nilai perusahaan} = \text{Harga saham} \times \text{Jumlah saham beredar}$$

d. Teori Struktur Modal (*capital structure theory*)

Teori struktur modal (*capital structure theory*) membahas bagaimana struktur modal perusahaan, yaitu rasio antara hutang dan ekuitas, mempengaruhi nilai perusahaan.

Teori ini menyatakan bahwa nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan menggunakan hutang dalam struktur modalnya. Hal ini disebabkan karena hutang dapat menghemat pajak perusahaan. Namun, penggunaan hutang juga dapat meningkatkan risiko perusahaan.

e. Teori Signaling (*signaling theory*)

Teori signaling (*signaling theory*) membahas bagaimana manajemen perusahaan dapat menggunakan informasi untuk memberikan sinyal kepada investor tentang prospek masa depan perusahaan.

Teori ini menyatakan bahwa manajemen perusahaan dapat menggunakan informasi, seperti pengumuman dividen atau pembelian kembali saham, untuk memberikan sinyal kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik.

f. Teori Stakeholder (*stakeholder theory*)

Teori stakeholder (*stakeholder theory*) membahas bagaimana nilai perusahaan harus dipertimbangkan dari perspektif semua pemangku kepentingan, yaitu pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi.

3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat bervariasi tergantung pada penelitian yang dilakukan. Beberapa faktor yang umumnya disebutkan dalam penelitian adalah leverage, size, profitabilitas, struktur modal, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, dan intellectual capital. Sebagai contoh, sebuah penelitian menunjukkan bahwa debt to asset ratio, size, dan kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara return on equity, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kebijakan dividen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain menyoroti bahwa rasio keuangan, seperti leverage, profitabilitas, dan struktur modal, dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, di mana perusahaan yang berskala besar cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi.

Dengan demikian, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat meliputi berbagai aspek, mulai dari faktor internal seperti rasio keuangan hingga faktor eksternal seperti ukuran perusahaan dan kebijakan dividen. Namun, penting untuk diingat bahwa faktor-faktor ini dapat bervariasi tergantung pada konteks dan metodologi penelitian yang digunakan.

Daftar Pustaka

- Amina, Allam Hamdan, Qasim Zureigat. (2017). Corporate Governance and Firm Performance: Evidence from Saudi Arabia, *Australasian Accounting Business and Finance Journal and Authors*. AABFJ Volume 11 no. 1.
- Asante-darko, D., Bonsu, B. A., Famiyeh, S., & Kwarteng, A. (2018). Governance structures, cash holdings and firm value on the Ghana stock exchange. <https://doi.org/10.1108/CG-07-2017-0148>
- Aras, Guler., and David Crowther. 2008. Governance and Sustainability an Investigatio into The Relationship Between Corporate Governance and Corporate Sustainability. *Management Decision*. Vol 46. No.3, pp. 433-448.
- Al-Zaidyeen Khaled Abd Alwahab, Sara Zakaria AL-Rawash. 2015. The Effect of Ownership Structure on Corporate Performance of Listed Companies in Amman Stock Exchange. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)* Volume 3, Issue 5, May 2015, PP 41-49
- Arora, A., and Sharma, C. (2016). Corporate governance and firm performance in developing countries: evidence krom India. *Corporate Governance*, Vol. 16, No. 2, pp. 420-436. <https://doi.org/10.1108/CG-01-2016-0018>
- Barkemeyer, R., Comyns, B., Figge, F., & Napolitano, G., 2014, CEO statements insustainability reports: substantive information or background noise? In *accountingform* (Vol. 38, No. 4, hlm. 241-257). Taylor & Francis. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0155998214000313>
- Bandiyono, A. (2019) 'The Effect of Good Corporate Governance and Political Connection on Value Firm', *Accounting Journal*, XXIII (03), pp. 333–348. <http://dx.doi.org/10.24912/ja.v23i3.599>.
- Bhat, K. U., Chen, Y., Jebran, K., Bhutto, N. A., Bhat, K. U., Chen, Y., Bhutto, N. A. (2018). Corporate governance and firm value: a comparative analysis of state and non-state owned companies in the context of Pakistan. <https://doi.org/10.1108/CG-09-2017-0208>
- Bianchi, Maria T., and Viana Rui Couto. (2014). "Political Connections: Evidence from Listed Companies in Portugal." *International Journal of Economics and Accounting*5(1): 75. <https://doi:10.1504/ijea.2014.060917>.
- Brogaard, J., Denes, M., and Duchin, R. (2015). Political connections, incentives and innovation: Evidence from contract-level data. Working Paper: University of Washington. Chen, C. R. et al. (2017) 'Helping Hands or Grabbing Hands? An Analysis of Political Connections and Firm Journal of Banking and Elsevier Journal of Accounting & Volume Value', *Finance*. <http://doi.org.10.1016/j.jbankfin.2017.03.015>.
- Chaney, P. K., Faccio, M. and Parsley, D. (2010) 'The Quality of Accounting Information in Politically Connected Firms', *MPRA Paper*, (21116).
- Chung, C. Y., Byun, J. H. and Young, J. (2019) 'Corporate Political Ties and Firm Value: Comparative Analysis in the Korean Market', *Sustainability*, 11(327), pp. 1–25. <http://doi:10.3390/su11020327>.
- Chih-Wen Mao & Wen-Chieh Wu, (2019), Moderated Mediation Effects of Corporate Social Responsibility Performance On Tax Avoidance: Evidence from China, *Journal Asia- Pacific B.V. Economics*, 26, 2019. <https://doi.org/10.1080/16081625.2019.1673188>. And In
- Chong Chen, Weijie Lu & Min Liu (2019) Corporate Social Responsibility Learning in Mergers and Acquisitions, *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*. 2019 <https://doi.org/10.1080/16081625.2019.1680297>.
- Eunho Cho & Sungbin Chun, (2016), Corporate Social Responsibility, Real Activities Earnings Management, And Corporate Governance: Evidence from Korea, *Journal Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics* Volume 23, 2016 – Issue 4. <https://doi.org/10.1080/16081625.2015.1047005>

- Faccio, Mara, 2006, Politically connected firms, *American Economic Review*, 96 (1), 369-386.
<https://doi.org/10.1257/000282806776157704>.
- Faccio, Mara, Ronald W. Masulis and John McConnell, 2006, Political connections and corporate bailouts, *Journal of Finance*, 61(6), 2597-2635 <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2006.01000.x>
- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). Corporate social responsibility: A review of current concepts, research, issues. *Corporate Social Responsibility* (39-69).
https://www.researchgate.net/profile/Archie_Carroll/publication/325021492
- Cespa, G., & Cestone, G. (2007). Corporate social responsibility and managerial entrenchment. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(3), 741-771.
<https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2007.00156.x>
- Chen, H., & Wang, X. (2011). Corporate social responsibility and corporate financial performance in China: An empirical research from Chinese firms. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 11(4), 361-370.
- Chen, C. L., Huang, S. H., & Fan, H. S. (2012). Complementary association between real activities and accruals-based manipulation in earnings reporting. *Journal of Economic Policy Reform*, 15(2), 93-108.
- Chih, H. L., Shen, C. H., & Kang, F. C. (2008). Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence. *Journal of business ethics*, 79(1-2), 179-198.
- Choi, J. S., Kwak, Y. M., & Choe, C. (2010). Corporate social responsibility and corporate financial performance: Evidence from Korea. *Australian journal of management*, 35(3), 291-311.
- Dabor Alexander Olawumi, David T. Isiauwe, Musibau Akintunde Ajagbe, Adunola Oluremi Oke. 2015. Impact of Corporate Governance on Firms' Performance. *International Journal of Economics, commerce and Management United Kingdom* Vol. III, Issue 6, JuniDowling, J. and Pfeffer, J. 1975. Organizational legitimacy: social values and organizational behavior. *The Pacific Sociological Review*, Vol.18, No. 1, pp.122-136.
- Fama, E.F. 1978. "The Effect of a Firm's Investment and Financing Decision on the Welfare of its Security Holders. *American Economic Review* 68: June 272-284
- Farooque, Omar Al, Tony van Zijl, Keitha D., and AKM Waresul K. (2007). Corporate Governance in Bangladesh: Link between Ownership and Financial Performance, Blackwell Publishing Ltd, *Journal Compilation*, 15(6), 1453- 1468.
- an, J. P. H., T. J. Wong, & Tianyu Zhang. 2007. Politically Connected CEOs, Corporate Governance, and Post-IPO Performance of China's Newly Partially Privatized Firms. *Journal of Financial Economics* 84. 330-357.
- Ficici, Aysun and Aybar, C. Bulent. 2012. Corporate Governance and Firm Value in Emerging Markets an Empirical Analysis of ADR Issuing Emerging Market Firms. *Emerging Markets Journal*, Vol. 2.
- Hilkevics, S., Hilkevica, G., 2017, New information technologies use for Latvian stock companies financial health evaluation, "Entrepreneurship and Sustainability Issues", 5.
- Jensen M.C., Meckling W.H., 1976, Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and ownership structure, "Journal of Financial Economics", 3(4).
- Jensen, Michael C. 2001. Value Maximisation, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Template Function. *European Substansi Proposal Financial Penelitian Management Hibah Grup*, 7(3), Risetpp: (HGR297--UNS) 317
- Jensen, Michael C., dan Smith, Jr Clifford W. 1994. "The Modern Theory of Corporate Finance". Mc Graw - Hill Book Company.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *The accounting review*, 87(3), 761-796.

- Kiroyan, Noke. 2006. Good corporate governance (GCG) dan corporate social responsibility (CSR) adakah kaitan di antara keduanya. *Economics Business Accounting Review*, Hal. 45-58.
- Kruschwitz, Lutz dan Loeffler, Andreas. 2006. *Discounted Cash Flow: A Theory of the Valuation Firms*. John Wiley & Sons.
- Maoliang Bu, Zhibiao Liu, Marcus Wagner & Xiaohua Yu. 2013. Corporate social responsibility and the pollution haven hypothesis: evidence from multinationals' investment decision in China, *Journal AsiaPacific Journal of Accounting & Economics*, Volume 20, 2013 - Issue 1 <https://doi.org/10.1080/16081625.2013.759175>
- Maaloul, A., Raïda, C., and Sabrine, Y. 2018. The effect of political connections on companies' performance and value: Evidence from Tunisian companies after the revolution. *Journal of Accounting in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JAEE-12-2016-0105>
- Ruggiero, P.; Cupertino, S.; Ruggiero, P.; Cupertino, S. 2018. CSR Strategic Approach, Financial Resources and Corporate Social Performance: The Mediating Effect of Innovation. *Sustainability*, 10, 3611. <https://doi.org/10.3390/su10103611>
- Sharma, Piyush; Cheng, Louis; Leung, T.Y. 2019. Impact of political connections on Chinese export firms' performance -Lessons for other emerging markets. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.08.037>.
- Steffen Westermann, Scott J. Niblock & Michael A. Kortt. 2019. Does It Pay to Be Responsible? Evidence On Corporate Social Responsibility and The Investment Performance of Australian REITs. *Journal Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, Volume 2019. <https://doi.org/10.1080/16081625.2019.1673188>
- Sadeli, Suhadak, Mochammad Dzulkirom & Sri Mangesti Rahayu. 2016. Influence of Corporate Governance and Ownership Structure towards Capital Structure, Intellectual Capital Disclosure, Cost of Capital and Corporate Performance: A Study in Fortune Indonesia Magazine Top 100 Companies Listed in Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)* (ISSN: 2225-7225) Vol. 3, No. 10, (83-97) 2016.
- Shleifer A. and R. Vishny. 1986. Large Shareholders and Corporate Control. *Journal of Political Economy* 94: 461-88. Shleifer, A., dan R.W. Vishny. 1997. "A Survey of Corporate Governance." *Journal of Finance*, Vol. 52, No. 2: pp. 737-783.
- Zraiq Mohammad Ahmad Abu, Fudziah Hanim Bt Fadzil. 2018. The Impact of Ownership Structure on Firm Performance: Evidence from Jordan. *International Journal of Accounting, Finance and Risk Management*; 3(1): 1-4
- Zulfiqar, S., Sadaf, R., Popp, J., Vveinhardt, J., & Máté, D. 2019. An examination of corporate social responsibility and employee behavior: the case of Pakistan. *Sustainability*, 11 (13), 3515. <https://doi.org/10.3390/su11133515>. www.mdpi.com/journal/sustainability.
- Walsh, James P., dan James P. Seward. 1990. "On The Efficiency of Internal and External Corporate Control Mechanisms". *Academy of Management Review*, Vol. 15: pp. 421- 458.
- Wang, Fangjun, Luying Xu, Junrui Zhang, Wei Shu. 2018. Political Connection, Internal Control and Firm Value: Evidence from China's Anti-Corruption Campaign. *Journal of Business Research* 86 (1): 53-67. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.045>.

4 Pengungkapan Keselamatan Kerja

Dr. Aminah, S.E., M.S., Ak., CSRS
Prof. Dr. Rahmawati, M.Si, Ak. C.A.

Teori legitimasi menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat melalui peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Noviani & Suaryana (2019) menyebutkan bahwa inti dari teori legitimasi adalah kontrak sosial, yang melibatkan perusahaan dan masyarakat pada lokasi perusahaan tersebut beroperasi. Adanya akuntansi karbon dan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan salah satu langkah untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Legitimasi diperoleh perusahaan jika antara perusahaan dan masyarakat terdapat persamaan hasil yang diharapkan yaitu perusahaan dapat memproduksi tanpa mencemari lingkungan (Deegan et al., 2002). Sehingga perusahaan dapat melanjutkan operasi karena masyarakat menganggap bahwa perusahaan telah memperhatikan norma dan peraturan yang berlaku di masyarakat, dengan adanya persamaan hasil tersebut, tidak akan ada pertentangan yang dapat menimbulkan konflik, akan tetapi ketika perbedaan terjadi, perusahaan akan terancam karena tidak dimilikinya legitimasi dari masyarakat yang dapat mengancam eksistensi perusahaan di masyarakat tersebut.

Irwhantoko & Basuki (2016) dan Cahya (2017) menyebutkan bahwa akuntansi karbon merupakan keharusan perusahaan untuk melakukan pengakuan, pengukuran, pencatatan, penyajian dan pengungkapan emisi karbon yang merupakan implikasi dari adanya Protokol Kyoto. Akuntansi karbon memberikan dasar yang jelas kepada manajemen untuk mengambil keputusan terkait dengan upaya pengurangan karbon yang dilakukan perusahaan. Ja'far & Kartikasari (2009) dan Dawkins & Fraas (2011) menyebutkan dengan carbon accounting, tiap industri dapat mengukur emisi karbon yang mereka hasilkan, membuat strategi untuk mengurangnya, mencatatnya serta melaporkannya pada stakeholder perusahaan. Ketiga program pengurangan karbon yang diusulkan dalam protokol Kyoto yang meliputi joint implementation, clean development mechanism, dan emission trading menghendaki adanya transparansi baik dari segi pembiayaan dan dari segi hasil yang diperoleh atau hasil aktivitas pengurangan karbon yang dilakukan. Dengan akuntansi karbon diharapkan perusahaan dapat melaporkan berapa banyak biaya dan pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas pengurangan karbon serta seberapa besar karbon yang telah berkurang sebagai hasil aktivitas pengurangan karbon (Choi et al., 2013).

Sustainable Development Goals (SDGs) disetujui pada pertemuan utama PBB bulan September 2015 yang merupakan suatu rangkaian tindakan untuk manusia, bumi, dan kesejahteraan (Nations, 2015). SDGs terdiri dari 17 indikator, yang menekankan pada kelestarian lingkungan dalam melaksanakan pembangunan. Panuluh & Fitri (2016) menyebutkan SDGs bertujuan untuk menyelesaikan masalah-masalah pembangunan secara lebih komprehensif baik kualitatif (dengan mengakomodasi isu pembangunan yang tidak ada dalam MDGs) maupun kuantitatif.

Penerapan SDGs ini menghendaki seluruh negara untuk berkontribusi, SDGs bersifat universal memberikan peran yang seimbang kepada seluruh negara baik negara maju, negara berkembang, dan negara kurang berkembang untuk berkontribusi penuh terhadap pembangunan, sehingga terjadi kesamaan, masing-masing negara memiliki peran dan tanggung jawab yang sama antar satu dengan yang lain dalam mencapai SDGs.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan telah mengembangkan Indonesian National Carbon Accounting System (INCAS), untuk mendukung persyaratan Pengukuran, Pelaporan, Verifikasi emisi gas rumah kaca (GRK) dari sektor berbasis lahan. Sistem tersebut ditujukan untuk mendukung kegiatan Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation (REDD+) pada sektor kehutanan di Indonesia di Provinsi Kalimantan Tengah pada bulan Desember 2010. Dengan pendanaan dari Pemerintah Norwegia., termasuk di dalamnya Sistem ini menyediakan sebuah pendekatan yang sistematis dan konsisten secara nasional untuk mengukur emisi dan serapan GRK sektor berbasis lahan di Indonesia, baik menurut wilayah geografis maupun waktu. INCAS menguraikan metode standar yang dibagi menjadi enam bagian yaitu metode standar kondisi awal, metode standar pertumbuhan hutan dan peralihan, metode standar kejadian dan rejim pengelolaan hutan, metode standar alokasi spasial rejim, metode standar emisi gas rumah kaca.

Keunggulan model standar adalah dapat mengukur karbon berdasarkan aktivitas yang tertentu yang terjadi di hutan. Sementara dalam pelaporan dan pengungkapannya hanya mengungkapkan perubahan stok karbon akibat aktivitas eksploitasi sedangkan untuk satuan uang dari aktivitas tersebut belum diungkapkan secara detail. Akan tetapi bagi sektor industri belum ada standar dan sistem yang jelas tentang penghitungan karbon yang dihasilkan karena tidak dapat dipungkiri pula bahwa sektor industri menghasilkan emisi karbon dari proses produksinya, maka dari itu keberadaan standar dan sistem akuntansi karbon bagi perusahaan sangat diperlukan memberikan informasi mengenai aspek ekonomi dari aktivitas pengurangan karbon tersebut.

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) merupakan satu-satunya standar akuntansi bagi perusahaan yang memiliki akuntabilitas publik signifikan atau yang biasa disebut dengan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Standar akuntansi keuangan merupakan sebuah panduan yang harus diikuti perusahaan dalam menerapkan kebijakan akuntansinya. (Ikatan Akuntansi Keuangan (IAI), 2018) menyebutkan bahwa Standar Akuntansi Keuangan terdiri dari Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) dan Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan (ISAK) yang diterbitkan oleh Dewan Standar Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) dan Dewan Standar Syariah Ikatan Akuntan Indonesia (DSAS IAI) serta peraturan regulator pasar modal untuk entitas yang berada di bawah pengawasannya. SAK tersebut dijelaskan lebih rinci melalui Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yang mana PSAK tersebut mengatur tentang cara perusahaan dalam mencatat peristiwa ekonomi ke dalam sistem akuntansi yang dimiliki. Seperti yang dikonsepsikan oleh Schuckmann et al. (2020) sebagai berikut:



Gambar 1. Hubungan Antara: Ilmu Pengetahuan, Pengelolaan, dan Manfaat Informasi (Schuckmann et al., 2020)

Gambar 1 menunjukkan bahwa interaksi seluruh komponen secara komprehensif untuk menciptakan SDGs. Kesepakatan yang telah diratifikasi oleh berbagai macam organisasi-organisasi internasional secara nyata harus mampu dilaksanakan secara baik. Peranan ilmu pengetahuan harus mampu merubah semua informasi menjadi keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sehingga dalam peradaban semua perubahan harus mampu membawa nilai tambah bagi kehidupan yang berkelanjutan.

Penelitian terdahulu, Dwijayanti (2011) menyebutkan bahwa dengan melakukan akuntansi karbon akan bermanfaat bagi corporate social responsibility (CSR) perusahaan. Ja'far & Kartikasari (2009) yang meneliti sistem akuntansi karbon pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menyebutkan bahwa standar akuntansi kita yang sudah mengadopsi IFRS belum menetapkan aturan mandatory bagi pelaporan manajemen lingkungan, sehingga pelaporan isu lingkungan hanya dapat diwujudkan dalam bentuk annual report yang sifatnya voluntary. Ketiadaan aturan yang baku membuat terjadinya keberagaman sistem akuntansi karbon dan sistem pelaporan akuntansi karbon pada perusahaan di Indonesia.

Kegiatan perusahaan, yaitu badan usaha yang menghasilkan berbagai barang dan jasa untuk kebutuhan masyarakat guna memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan tidak lepas dari penggunaan sumber energi di sekitarnya, misalnya penggunaan bahan bakar minyak untuk kebutuhan transportasi atau penggunaan batu bara sebagai sumber energi pembangkit listrik. Akibat dari kegiatan tersebut tentunya akan menimbulkan pencemaran lingkungan akibat pelepasan emisi karbon ke udara. Jika pelepasan karbon terjadi secara terus menerus dengan jumlah yang cukup besar, maka akan terjadi suatu berdampak pada perubahan iklim dan dapat menyebabkan pemanasan global. Sehingga perusahaan dalam menghadapinya harus benar-benar berkontribusi dalam menjaga dan memelihara lingkungan melalui pengungkapan setiap kegiatannya yang berkaitan dengan masalah lingkungan.

Pengungkapan didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi yang lebih luas dan relevan dalam catatan laporan keuangan serta sebagai sarana penyampaian interpretatif bagi pengguna informasi (Widianto & Sari, 2020). Salah satu pengungkapan yang dapat dilakukan adalah dengan mengungkapkan emisi karbon. Disclosure merupakan informasi yang masih menjadi bagian dari CSR (Corporate Social Responsibility) dan termasuk jenis pengungkapan lingkungan. Pengungkapan ini berisi informasi terkait karbon yang dilampirkan perusahaan pada laporan tahunan dan pelaporan keberlanjutan.

Manfaat disclosure juga begitu besar bagi kelestarian lingkungan. Namun dalam praktiknya, tidak semua negara menerapkan pengungkapan tersebut. Di beberapa negara berkembang Disclosure masih merupakan hal baru sehingga banyak perusahaan yang belum menerapkannya. Jika dibandingkan dengan perusahaan di negara yang lebih maju, perusahaan di negara berkembang cenderung tidak memiliki dana yang cukup untuk melakukan pengungkapan, yang kemudian membuat Disclosure masih bersifat opsional atau sukarela (*voluntary disclosure*) dan bukan kewajiban (*mandatory disclosure*) (Irwhantoko & Basuki, 2016).

Secara teoritis, teori stakeholder merupakan teori yang paling tepat untuk mendasari Disclosure sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada seluruh stakeholdernya. Friedman (1970) mengemukakan bahwa perusahaan bertanggung jawab secara sosial kepada pemegang saham sehingga tujuan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan sebagai pengembalian modal kepada pemegang saham yang bertindak sebagai pihak yang terlibat dalam kepentingan perusahaan atau biasa disebut pemangku kepentingan. Stakeholder dianggap memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perusahaan sehingga dapat mempengaruhi manajemen dalam pengambilan keputusan. Depoers et al. (2016) mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai "Kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi." Dalam hal ini pihak yang berkepentingan tidak hanya pemegang saham, tetapi ada pihak lain seperti pemerintah, pelanggan, karyawan, dan kelompok lainnya. Semuanya memiliki hak yang sama untuk menerima informasi terkait kegiatan perusahaan yang dapat mempengaruhi kepentingannya.

Pendapat lain terkait teori pemangku kepentingan juga diungkapkan oleh Clarkson (2008) yang menyatakan bahwa pemangku kepentingan adalah individu dan kelompok yang berkepentingan dengan kegiatan perusahaan, baik dalam seluruh kegiatan. Selain itu, Clarkson (2008) juga mengklasifikasikan stakeholder dalam dua jenis, yaitu (1) *Primer Stakeholders*, yaitu pihak yang berkepentingan dan memiliki hubungan resmi dan saling tergantung antara perusahaan dengan pemangku kepentingan utama. Pemangku kepentingan utama terdiri dari pemegang saham, karyawan, pemasok, pemerintah, dan pelanggan. (2) *Pemangku Kepentingan Sekunder*, yaitu pihak-pihak yang sama sekali tidak terkait secara resmi dengan perusahaan. Pemangku kepentingan sekunder terdiri dari komunitas lokal, media, dan masyarakat luas.

Adapun teori pemangku kepentingan menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya sebagai entitas yang berjalan untuk kepentingan pribadi, tetapi harus dapat memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan dan keberadaan perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh bantuan pemangku kepentingan (Ghozali & Chariri, 2007). Lebih lanjut, teori stakeholder juga bermanfaat sebagai penjelasan tentang hubungan antara masyarakat dengan perusahaan, dimana perusahaan dituntut untuk memikirkan kepentingan masing-masing pihak di sekitarnya, baik masyarakat maupun pihak lain yang dapat terkena dampak dari dampak tersebut. Tindakan yang disebabkan oleh kebijakan perusahaan (Anggraeni, 2017).

Tujuan dari teori stakeholder adalah untuk memberikan gambaran kepada manajemen bahwa yang dibutuhkan oleh stakeholder tidak hanya terfokus pada profit tetapi juga diimbangi dengan pengungkapan lingkungan dan sosial yang membuat perusahaan mengambil tindakan terkait pengelolaan lingkungan sekitar mereka. Untuk saat ini, berbagai pihak yang berkepentingan seperti investor, pelanggan, pemerintah dan masyarakat yang memiliki kesadaran terhadap perubahan iklim akan mendorong, baik secara langsung maupun tidak langsung, perusahaan untuk melakukan pengungkapan lingkungan (Depoers et al., 2016). Oleh karena itu, diharapkan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dengan menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan melalui pengungkapan dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Pada akhirnya, teori stakeholder menjelaskan hubungan kausal stakeholder dan perusahaan.

Selain itu, keberadaan dan efektivitas mekanisme tata kelola perusahaan penting untuk mendorong pengungkapan secara sukarela. Di antaranya, dewan direksi, komisaris independen, komite audit, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional akan mendorong pengungkapan emisi karbon. Peningkatan pengungkapan emisi karbon secara sukarela akan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan. Peningkatan kepercayaan stakeholder ini akan terlihat dari reaksi pasar yang ditunjukkan dengan naik turunnya harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham merupakan salah satu indikator reaksi pasar terhadap pengungkapan sukarela emisi karbon perusahaan.

Struktur Dewan direksi akan memberikan warna tersendiri dalam pengungkapan emisi karbon secara sukarela. Direksi merupakan bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab atas pengurusan perusahaan dengan memperhatikan kepentingan dan tujuan perusahaan serta memperhatikan kepentingan pemegang saham. Tugas pokok dan fungsi Direksi adalah menjalankan kepengurusan perusahaan secara keseluruhan. Penelitian sebelumnya Liao et al. (2014) menunjukkan bahwa keragaman gender, komite lingkungan, dan dewan direksi berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon, sedangkan Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Budiharta dan Kacaribu (2020) meneliti pengaruh Kepemilikan manajemen, dewan direksi, dan Komite audit. Akhroh & Kiswanto (2016) menunjukkan bahwa visibility organisasi, profitabilitas, Kepemilikan manajemen, dan Komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon, sedangkan kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan emisi karbon, sedangkan kinerja lingkungan, kesulitan keuangan, Kepemilikan institusional dan proporsi Komisaris Independen tidak berpengaruh pada Disclosure.

Komisaris Independen yang tidak memiliki hubungan afiliasi dengan pemegang saham pengendali, anggota komisaris. Sebagai pihak yang tidak memiliki hubungan afiliasi dengan pemegang saham dan anggota Direksi serta komisaris lainnya, Komisaris Independence diharapkan dapat menjaga independensinya sehingga dalam melakukan pengawasan tidak terpengaruh oleh benturan kepentingan pribadi dan hanya fokus pada kepentingan perusahaan. Komisaris Independen dalam mengawasi manajemen sebaiknya tidak hanya fokus pada profitabilitas tetapi juga dalam hal peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, Laba dengan independensinya dinilai mampu menjaga transparansi dan keterbukaan informasi bagi pemangku kepentingan (Jizi et al., 2014). Tidak hanya itu, Komisaris Independen juga dapat memperluas kepekaan perusahaan dalam menghadapi tuntutan sosial (Yunus et al., 2016), terutama dalam menanggapi isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liao et al. (2014) dan Yunus et al. (2016) menunjukkan bahwa semakin

besar proporsi Komisaris Independen pada suatu perusahaan, terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan dalam mengungkapkan emisi karbon.

Selain itu, posisi dewan komisaris memiliki peran terbaik dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik. Dewi et al. (2018) menyatakan bahwa Komisaris Independen memiliki posisi terbaik untuk menjalankan fungsi demi terciptanya GCG di perusahaan. Anggota komisaris yang merupakan keseluruhan dari keseluruhan perusahaan, baik internal maupun eksternal perusahaan atau Komisaris Independen. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al. (2020) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penulis menduga pengaruh ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap Disclosure terhadap nilai perusahaan.

Komite audit berada di bawah dewan komisaris dan bertugas membantu komisaris untuk memastikan bahwa laporan keuangan, struktur pengendalian intern, pelaksanaan audit telah sesuai dengan standar audit, dan tindak lanjut temuan audit dilakukan oleh manajemen dengan baik. Selain memastikan hal tersebut di atas, Komite audit juga bertugas memproses dan menyeleksi auditor eksternal termasuk besaran honorarium yang akan diserahkan kepada dewan komisaris. Selain itu, Komite audit juga harus memperhatikan dan menilai kebijakan dan keputusan akuntansi terkait dengan kebijakan akuntansi tersebut dan memeriksa laporan keuangan yang meliputi laporan setengah tahun, laporan tahunan, opini auditor, dan laporan manajemen (Alijoyo & Zaini, 2004).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah anggota Komite audit dalam suatu perusahaan, semakin kecil kesalahan laporan keuangannya. Widia-ningsih (2018) menyatakan bahwa Komite audit berperan penting dalam mengoptimalkan fungsi pengawasan agar tidak terjadi kesalahan informasi yang mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Dengan bertambahnya anggota Komite audit di perusahaan, maka cakupan dalam aspek pemantauan risiko yang dilakukan oleh perusahaan semakin baik. Hal ini tentunya akan meningkatkan kualitas laporan keuangan. Kualitas laporan dijaga oleh Komite audit adalah pengungkapan emisi karbon perusahaan.

Selanjutnya, Komite audit umumnya terdiri dari seorang komisaris independen perusahaan dan dua orang yang berasal dari luar perusahaan dan menguasai serta memiliki latar belakang akuntansi dan keuangan untuk memastikan prinsip-prinsip GCG tercapai. Tugas Komite audit adalah memantau perencanaan dan pelaksanaan serta mengevaluasi hasil audit untuk menilai kelayakan dan kemampuan pengendalian intern termasuk proses penyusunan laporan keuangan (Tjager, 2003). Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Perdana dan Raharja (2014) yang menyatakan bahwa CG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Susanti (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa jumlah anggota audit mayoritas tidak menjamin bahwa kinerja perusahaan juga akan meningkat.

Kepemilikan saham di perusahaan merupakan bagian yang besar di perusahaan. yang utama adalah adanya manajerial yang juga berinvestasi pada perusahaan itu sendiri. Mekanisme ini dipahami bersama sebagai Kepemilikan manajemen, dimana manajer juga memiliki saham perusahaan. Adanya manajerial yang memiliki saham perusahaan tentunya akan mengelola perusahaan dengan baik. Semua informasi baik yang dimiliki perusahaan akan berusaha disampaikan kepada pemangku kepentingan baik secara sukarela maupun wajib yang diatur oleh pemerintah. Salah satu hal yang menarik perhatian sektor pertambangan adalah tingginya dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan, termasuk Disclosure. Disclosure merupakan isu menarik yang

diharapkan mendapat perhatian dari seluruh pemangku kepentingan, terutama calon investor. Sehingga semakin meningkatnya pengungkapan emisi karbon yang masih bersifat sukarela dalam laporan keuangan akan dapat meningkatkan harga saham sebagai bentuk reaksi pasar yang pada akhirnya akan meningkatkan kapitalisasi pasar perusahaan.

Oleh karena itu, upaya yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pengungkapan emisi karbon secara sukarela juga dapat menurunkan konflik antara agen dan prinsipal. Hal ini dapat diwujudkan dalam Kepemilikan manajemen yang dapat digunakan untuk menyelesaikan konflik kepentingan antara pemilik dan manajemen (Helmiyetti & Katlanis, 2017). Kepemilikan manajemen akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dengan meningkatnya kepemilikan saham, maka manajemen akan lebih giat dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan untuk kepentingan pemegang saham termasuk manajemen itu sendiri. Dengan meningkatnya kepemilikan saham oleh manajer akan meningkatkan kinerja perusahaan (Gie, 2019).

Sebuah perusahaan biasanya terdiri dari struktur kepemilikan seperti kepemilikan yang dimiliki oleh manajer, individu, dan institusi. Secara umum terdapat dua bentuk kepemilikan yang ada pada perusahaan yaitu Kepemilikan manajemen dan Kepemilikan institusional, (Amaliyah dan Solikhah, 2019). Definisi lain dari Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh lembaga tertentu seperti lembaga berbadan hukum, lembaga asing, dana perwalian dan lembaga lainnya.

Kepemilikan institusional memiliki peran penting untuk meminimalkan konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemangku kepentingan. Konflik keagenan adalah masalah yang mungkin timbul sebagai akibat dari kehendak manajemen (agen) untuk mengutamakan kepentingan pribadi dengan mengorbankan kepentingan pemangku kepentingan (prinsipal) untuk mendapatkan pengembalian dan nilai jangka panjang perusahaan (Alijoyo & Zaini, 2004). Keberadaan Kepemilikan institusional dianggap mampu mengintervensi manajemen dalam menentukan kebijakan yang akan diambil untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Lestari, 2017). Dalam hal ini pemegang saham yang memiliki kemampuan untuk melakukan pengawasan secara intensif adalah pemegang saham mayoritas (terkonsentrasi), institusional atau terkonsentrasi pada pemilik institusional (Tarjo, 2008).

4.1 Landasan Teori

Penelitian harus dilakukan berdasarkan prinsip berpikir logis dan dilakukan secara berulang mengingat penelitian tidak pernah berhenti pada satu titik waktu tertentu (Lincoln & Guba, 1986). Berpikir logis, seorang peneliti harus mampu menggabungkan teori/ide yang ada dengan fakta di lapangan dan dilakukan secara sistematis. Penelitian merupakan proses yang dilakukan secara sistematis untuk menghasilkan pengetahuan (knowledge), yang ditandai dengan dua proses yaitu: (1) proses pencarian yang tidak pernah berhenti, dan (2) proses yang sifatnya subyektif karena topik, model, obyek penelitian, dan alat analisisnya sangat tergantung pada faktor subyektifitas si peneliti (Lincoln & Guba, 1986).

4.1.1 Landasan Filosofi

Paradigma positivist digunakan untuk menemukan atau memperoleh konfirmasi tentang hubungan sebab akibat yang biasanya 1dipergunakan untuk menjelaskan dan memprediksi praktik akuntansi suatu gejala sosial atau aktifitas manusia (Burrell & Morgan, 2019).

Burrell & Morgan (1979) berpendapat bahwa ilmu sosial dapat dikonseptualisasikan dengan empat asumsi yang berhubungan dengan ontologi, epistemologi, sifat manusia (human nature), dan metodologi. Ontologi adalah asumsi yang penting tentang inti dari fenomena dalam penelitian.

Watt & Zimmermen (1978) memberikan kontribusi terhadap perkembangan penelitian akuntansi khususnya penelitian mainstream yang merupakan ilmu sosial menggunakan paradigma positivism. Paradigma positivisme bisa digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena yang terjadi dan apa pengaruh fenomena akuntansi tersebut pada pemanfaatan sumber daya yang ada. Gambling (1984) memiliki asumsi sentral yaitu setiap individu memiliki tujuan untuk meningkatkan kepentingan diri sendiri atau individu, dalam hal ini Teori Akuntansi Positive lebih mementingkan kepentingan pemilik modal, investor dan Leverage.

Watt & Zimmermen (1978) menjelaskan tentang teori normatif yang menyatakan bahwa informasi seharusnya dikomunikasikan kepada para pemakai informasi akuntansi dan bagaimana informasi tersebut dapat disajikan. Teori Normatif berusaha menjelaskan apa yang seharusnya dilakukan oleh akuntan dalam proses penyajian informasi keuangan bukan menjelaskan tentang apa informasi keuangan itu dan mengapa hal tersebut terjadi. Watt & Zimmermen (1978) menjelaskan teori normatif yang mengharuskan dan menggunakan kebijakan nilai yang mengandung sebuah premis. Teori normatif pada awalnya belum menggunakan pendekatan investigasi formal, baru pada perkembangan berikutnya mulai digunakan pendekatan investigasi terstruktur formal yaitu pendekatan deduktif artinya dimulai dari proposisi akuntansi dasar sampai dengan dihasilkannya prinsip akuntansi yang rasional sebagai dasar untuk mengembangkan teknik akuntansi (Anis & Ghozali, 2003). Perkembangan akuntansi mengarah pada akuntansi positif atau deskriptif yang investigasinya sudah lebih terstruktur dengan pendekatan induktif yang didasarkan pada konklusi yang digeneralisasikan berdasarkan hasil observasi dan pengukuran yang terinci (Anis & Ghozali, 2003).

Watt & Zimmermen (1978) menyatakan bahwa terdapat tiga alasan mendasar terjadinya pergeseran normatif ke positif antara lain: (a) Ketidakmampuan pendekatan normatif dalam menguji teori secara empiris karena didasarkan pada premis atau asumsi yang salah sehingga tidak dapat diuji keabsahannya secara empiris. (b) Pendekatan normatif lebih banyak berfokus pada kemakmuran investor secara individual dari kemakmuran masyarakat luas. (c) Pendekatan normatif tidak mendorong terjadinya alokasi sumber daya ekonomi secara optimal di pasar modal. Hal ini mengingat bahwa dalam sistem perekonomian yang didasarkan pada mekanisme pasar, informasi akuntansi dapat menjadi alat pengendali bagi masyarakat dalam mengalokasikan sumber daya ekonomi secara efisien.

Paradigm positivism selalu menekankan pada objek dan selalu melakukan pengukuran yang akurat dengan sebuah instrumen penelitian (Triyuwono, 2006). Teori yang digunakan seharusnya sesuai dengan scientific method yang sudah baku. Apabila terdapat penyimpangan dalam penggunaan metode tersebut, maka mengakibatkan hasil penelitian tidak diakui keilmiahannya. Penelitian ini menguji pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Rasio Utang, dan Ukuran Perusahaan dari motif ekonomi, Tingkat Kecelakaan Kerja dan Eksposur Media dari dimensi sosial. Variabel yang dikembangkan berdasarkan motif normatif yaitu Biaya Asuransi dan Kelengkapan APD terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja dengan berdasarkan Compliance Theory. Compliance Theory digunakan sebagai dasar untuk memecahkan masalah kepatuhan perusahaan

dalam menyusun Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja dan sesuai dengan metode ilmiah baku.

Watts & Zimmerman (1979) menyatakan penelitian positivism, apabila ada variabel yang tidak signifikan secara statistik maka jangan langsung berkesimpulan bahwa variabel itu tidak mempunyai fungsi dan tidak sesuai dengan teori. Persoalan jangan hanya dilihat sampai di situ saja, tetapi harus digali lebih dalam dengan berbagai pendekatan dan penjelasan, bahkan sampai melihat ada apa di balik tidak signifikannya variabel tersebut. Pendekatan tidak hanya dengan rasio saja, tapi bisa dengan intuisi sehingga akan dapat menghasilkan suatu penelitian yang berkontribusi dalam bentuk multidimensi dan multi arah.

4.1.2 Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*) menurut Nielsen & Parker (2012) menjelaskan motif dalam melaksanakan aktivitas bisnis yang meliputi motif ekonomi, sosial, dan normatif. Ketiga motif tersebut mendasari perilaku manager dan karyawan untuk melaksanakan aktivitas bisnis tingkat individu, organisasi dan struktural dengan tujuan meningkatkan nilai ekonomi, mendapatkan pengakuan, dan mentaati aturan yang berlaku. Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*) secara umum menjelaskan tentang motivasi individu atau organisasi untuk melakukan perilaku kepatuhan (Nielsen & Parker, 2012).

Leisink & Steijn (2009) menjelaskan bahwa *Compliance Theory* adalah perilaku kepatuhan pada peraturan yang sesuai konsep motif ekonomi, sosial, dan kepuasan diri. Faktor motivasi bukanlah keuntungan ekonomi atau penghargaan sosial saja, tetapi tujuan sebenarnya adalah seseorang melakukan pekerjaan, untuk mencapai kebanggaan dan harga diri, dari perspektif yang ingin dicapai, seseorang dapat mengidentifikasi tugas dan tuntutan yang dibutuhkan.

Compliance Theory menurut Frey (1997) adalah kondisi seseorang (instansi) taat terhadap perintah, aturan dan tata tertib, norma yang berlaku atau yang ditetapkan. Kepatuhan merupakan tindakan perilaku yang dilakukan atas dasar kesadaran untuk memenuhi kewajiban. Kesadaran itu berasal dari motivasi dalam organisasi yaitu intrinsik yang meliputi motif ekonomi dan sosial maupun berasal dari luar ekstrinsik yaitu motif normatif yang berupa dorongan dari pihak luar misal peraturan yang dibuat oleh pemerintah (POJK No. 51 Tahun 2017 dan PP No. 50 Tahun 2012).

Kelman (1958) menjelaskan bahwa *Compliance Theory* merupakan hal yang dilakukan oleh individu sesuai dengan yang diminta oleh orang lain. *Compliance* juga dapat diartikan sebagai keadaan ketika individu menerima permintaan dikarenakan individu berharap memperoleh reaksi yang menyenangkan dari orang lain atau kelompoknya. Individu mengadopsi perilaku tersebut bukan dikarenakan seseorang percaya pada kontennya, melainkan karena individu berekspektasi mendapatkan reward yang spesifik atau penerimaan dari orang lain/kelompok dan menghindari hukuman atau penolakan dari orang lain yang juga melakukannya (*comply*). Walaupun secara personal individu tidak setuju dengan kebijaksanaan atau permintaan yang diberikan, tetapi mereka tetap mendengarkan serta melakukan apa yang diminta oleh orang lain demi memperoleh hal yang menyenangkan atau menghindari hukuman (Kelman, 1958).

Compliance Theory diartikan sebagai suatu kepatuhan yang didasarkan pada harapan suatu imbalan dan usaha untuk menghindarkan diri dari hukuman yang mungkin dijatuhkan. Mitchell (1993) menyatakan bahwa Compliance Theory digunakan untuk menganalisis tidak hanya pada masalah compliance tetapi juga masalah efektifitas suatu regulasi internasional terutama terkait dengan International Environmental Law (IEL), faktor yang menyebabkan individu atau organisasi patuh dan tidak patuh terhadap regulasi internasional. Kepatuhan suatu aktor dilihat dari compliance as an independent self interest dan compliance as interdependence self interest, dan adapun ketidakpatuhan menurut Mitchell dibagi atas noncompliance as preference dan noncompliance do to inadvertence.

Compliance Theory menjelaskan konseptualisasi ekonomi, sosial, dan kepuasan diri yang mendasar dari motivasi individu tercermin dalam peraturan tentang kepatuhan perusahaan bisnis (Etienne, 2011). Walker (1997) berpendapat jika coercive enforcement mechanism merupakan mekanisme yang tidak efektif untuk menciptakan kepatuhan terhadap hukum internasional, sehingga sebaiknya diganti dengan model manajerial. Model manajerial yaitu menggunakan instrumen manajemen untuk mendorong terciptanya kepatuhan seperti transparansi, pelaporan, dispute resolution, dan capacity building. Negara patuh bukan karena takut akan adanya sanksi melainkan karena norma yang ada dalam hukum internasional memicu negara untuk patuh.

Tuntutan adanya kepatuhan terhadap ketepatan waktu dalam penyampaian pelaporan keuangan perusahaan publik di Indonesia telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51 /POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik. Laporan keberlanjutan (sustainability report) adalah laporan yang diumumkan kepada masyarakat yang memuat kinerja ekonomi, keuangan, sosial, dan emiten, perusahaan publik dalam menjalankan bisnis berkelanjutan. Organisasi yang tidak patuh pada peraturan dan norma berdasarkan motif ekonomi, kemungkinan akan dikenakan denda yang cukup besar. Hal tersebut tidak sebanding jika perusahaan melanggar peraturan dan norma berdasarkan motif sosial, maka perusahaan akan mendapatkan penghinaan sosial yang berdampak pada kerugian jangka panjang (Nielsen & Parker, 2008).

Nielsen & Parker (2012) menyatakan bahwa kepatuhan sangat dipengaruhi oleh motif ekonomi, sosial, dan normatif. Motif ekonomi tersebut menunjukkan bahwa alasan perusahaan dan manajer untuk patuh pada peraturan dan norma adalah berkomitmen memaksimalkan kegunaan ekonomi (keuangan) dan material (asetnya). Motivasi ekonomi atau material, berkaitan secara luas dengan motivasi melanggar aturan dari sisi ekonomi yang diidentifikasi oleh (Scholz, 1984). Hal ini didasarkan pada pemahaman tentang perusahaan bisnis sebagai entitas ekonomi yang fokus utama dan prioritasnya adalah untuk memperluas bisnis, membuat (dan menjual) lebih banyak produk dan layanan, mendapatkan lebih banyak uang dan mengembalikan keuntungan yang lebih besar kepada pemiliknya. Motivasi ekonomi didasarkan pada materi bahwa konsekuensi kepatuhan atau ketidakpatuhan bukan murni keuangan, tetapi sebaliknya fisik dan material (misalnya sanksi hukuman penjara bagi individu, penutupan pabrik).

Motif sosial pada organisasi atau perusahaan ingin mendapatkan pengakuan dari lingkungan dan masyarakat berarti mentaati hukum yang berlaku dan tidak melanggar hukum. Ketika organisasi menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak maka diharapkan memperoleh kepercayaan dari lingkungan dan masyarakat. Motivasi sosial mengacu pada tujuan mendapatkan persetujuan dan pengakuan dari orang-orang

penting yang berinteraksi dengan perusahaan (May & Winter, 2000). Sumber potensial dari penerimaan sosial tersebut termasuk bisnis lain, mitra dagang, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, masyarakat luas, keluarga dan teman-teman. Persetujuan dan taat pada regulator sangat penting karena bisnis diatur dan memiliki hubungan dengan regulator untuk berinteraksi pada beberapa kesempatan (Ayres & Braithwaite, 1992). Salah satu contoh aktivitas kepatuhan organisasi berdasarkan motif sosial adalah penyusunan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Penyusunan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja berdampak pada stigma sosial yang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan ke depannya.

Compliance Theory secara eksplisit mengakui bahwa alasan organisasi harus patuh terhadap peraturan dan norma (Burby & Paterson, 1993; May, 2005; May & Winter, 2000) yang menyatakan bahwa perusahaan atau organisasi sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial agar memperoleh pengakuan dari lingkungan dan masyarakat sesuai dengan tujuan perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Brown & Deegan, 1998b; Deegan, 2002; Guthrie & Parker, 1989; Reverte, 2009). Motif normatif menurut Nielsen & Parker (2012) menjelaskan bahwa kepatuhan perusahaan terhadap peraturan dan norma yang berlaku adalah wujud komitmen dalam menaati regulasi. Perusahaan seharusnya patuh pada regulasi yang berlaku untuk menyusun Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.

Regulasi tersebut meliputi: (1) Undang-Undang; (2) Peraturan Pemerintah; (3) Peraturan OJK; dan (4) Peraturan Menteri Ketenagakerjaan. Compliance Theory menjelaskan bahwa Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja adalah pengelolaan tanggung jawab sosial berdasarkan pada kepatuhan perusahaan baik secara formal maupun informal dalam kegiatan perusahaan. Ketaatan terhadap Undang-Undang, standar industri, dan prosedur akan membawa organisasi mempunyai sistem dan konsep kerangka kerja untuk mencapai kepatuhan organisasi (Foorhuis et al, 2009; Foorhuis & Bos, 2011).

Peraturan yang digunakan sebagai acuan utama kepatuhan perusahaan dalam mengungkapkan informasi keselamatan dan Kesehatan kerja adalah peraturan yang terkait dengan perlindungan Kesehatan dan keselamatan kerja. Peraturan tersebut contohnya adalah Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. Per.08/Men/VII/2010 tentang APD atau Alat Pelindung Diri yang wajib disediakan oleh perusahaan untuk melindungi Keselamatan dan Kesehatan Kerja karyawan.

Foorhuis & Bos (2011) menggunakan istilah kesesuaian yang setara dengan kepatuhan. Kesesuaian secara teratur digunakan sebagai kepatuhan terhadap aturan yang ditentukan (Blader & Tyler, 2009; Merton, 1975; Mitchell, 1996). Kanapuhin (2021) menyatakan bahwa Compliance Theory adalah pengelolaan tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada kontrol kepatuhan kegiatan dengan persyaratan formal dan informal dari berbagai kelompok pemangku kepentingan.

Compliance Theory digunakan sebagai dasar dan sudut pandang untuk menyelesaikan permasalahan rendahnya Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Kelemahan dari masing-masing teori yang sudah digunakan untuk Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja antara lain teori stakeholder, institusional, teori legitimasi. teori stakeholder lebih berfokus pada permasalahan hubungan diantara pemangku kepentingan. Gray et al. (1997) mengatakan bahwa kelemahan dari Stakeholder theory hanya tertuju pada cara-cara yang digunakan perusahaan dalam mengatur stakeholder-nya. Perusahaan hanya diarahkan untuk mengidentifikasi stakeholder yang dianggap penting dan berpengaruh serta bermanfaat bagi perusahaan. Pemangku kepentingan yakin

bahwa Stakeholder theory mengabaikan pengaruh masyarakat luas (society as a whole) terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan (Ghozali & Chariri, 2007).

Teori lainnya adalah institutional yang menggambarkan bahwa entitas lebih mengidentifikasi permasalahan kelembagaan yang dapat dilihat dari beberapa dimensi, misalnya isomorfisme koersif, mimetik, dan normatif (DiMaggio & Powell, 1983). Theory institutional menyatakan bahwa perusahaan dalam lingkungan tertentu cenderung terstruktur dan serupa dengan perusahaan yang telah mapan. Artinya, sebagian besar perusahaan yang berada dalam lingkungan yang sama, cenderung memiliki karakteristik yang serupa (DiMaggio & Powell, 1983).

Penelitian tentang pengungkapan yang sifatnya sukarela menggunakan Teori Legitimasi menguji pengaruh variabel-variabel terhadap pengungkapan dilihat dari sudut pandang perolehan pengakuan pemangku kepentingan lainnya, sedangkan teori legitimasi (legitimacy theory) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori legitimasi merupakan konseptualisasi legitimasi yang artinya asumsi tersebut menghasilkan perbedaan yang jelas pada pemangku kepentingan utama atau yang terlibat dalam mewujudkan legitimasi (Suddaby et al. 2015). Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Deegan et al. 2002).

Compliance Theory mampu memecahkan problem terkait Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Kelebihan Compliance Theory adalah dapat menjadi dasar untuk mengidentifikasi atau menguji variabel-variabel yang mempengaruhi Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja yang diturunkan dari motif ekonomi, sosial, dan normatif. Adapun variabel yang dikembangkan berdasarkan motif ekonomi, social, dan normatif adalah pertumbuhan perusahaan, rasio utang, ukuran perusahaan, tingkat kecelakaan kerja, eksposur media, biaya asuransi, dan kelengkapan APD.

Compliance Theory mampu menjelaskan aktivitas perusahaan atau entitas dengan menggunakan motif ekonomi, sosial dan normatif (Nielsen & Parker, 2012). Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja merupakan wujud dari strategi perusahaan dalam mencapai hasil organisasi. Hasil organisasi, baik strategi dan efektivitasnya dipandang sebagai refleksi dari nilai-nilai dan dasar yang kuat dalam organisasi. Para eksekutif yang memiliki tanggung jawab atas organisasi secara keseluruhan, mempunyai karakteristik apa yang mereka lakukan, dan mereka melakukannya, secara khusus mempengaruhi kinerja dan pilihan strategi perusahaan (Nielsen & Parker, 2012).

4.1.3 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan dengan tujuan untuk memberikan informasi baik keuangan maupun non-keuangan kepada para pemangku kepentingan guna dijadikan alat bantu dalam pembuatan keputusan bisnis. Hendriksen (1992) menyatakan disclosure atau pengungkapan memiliki arti tidak menutupi atau menyembunyikan informasi yang terkait dengan aktivitas organisasi atau perusahaan. Pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk membangun akuntabilitas antara perusahaan dengan para stakeholders, sehingga diharapkan perusahaan akan lebih dapat bersaing di dunia bisnis.

Chen & Lee (2017) menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan melindungi kesejahteraan karyawan untuk meningkatkan produktivitas, citra perusahaan, dan membangun kepercayaan publik, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Reintjes

(2017) menyatakan bahwa pengaruh pengungkapan keberlanjutan pada nilai-nilai perusahaan dapat memprediksi kinerja keuangan di masa depan dan/atau biaya pengurangan modal.

Keputusan ketua BAPEPAM No.38/PM/1996 menyatakan bahwa terdapat dua jenis pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, yakni: (a) Mandatory Disclosure sebagai pengungkapan yang diwajibkan oleh peraturan pemerintah, sehingga bagi emiten pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku; (b) Voluntary Disclosure adalah atau pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sendiri termasuk salah satu jenis pengungkapan yang bersifat sukarela (voluntary disclosure).

Perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi mengenai kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan. Sifat voluntary menunjukkan tidak ada format baku mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Belum adanya format baku tersebut menyebabkan pengungkapan sosial yang dilakukan antara perusahaan yang satu dengan yang lain menjadi berbeda tergantung persepsi masing-masing perusahaan. Hackston & Milne (1996) menyatakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah mengkomunikasikan dampak sosial lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan.

4.1.4 Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja menurut Ali et al. (2017) adalah memberikan informasi tentang antisipasi, pengakuan, evaluasi, dan pengendalian bahaya yang dapat mempengaruhi kesehatan atau kesejahteraan karyawan. ISO-26000 (2010) menjelaskan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja adalah informasi tentang pencegahan bahaya kesehatan dan perlindungan lain bagi karyawan, serta menyesuaikan tempat kerja dengan kemampuan pekerjanya dan bukan sebaliknya. Montero et al.(2009) menyatakan bahwa Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja adalah pengungkapan tentang informasi yang menyangkut kesejahteraan sosial, mental, dan fisik pekerja.

Pentingnya Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja bagi perusahaan adalah untuk mewujudkan lingkungan kerja yang aman dan sehat serta memastikan kesehatan dan kesejahteraan semua pekerja (International Labour Organization, 2017). Manfaat lainnya adalah untuk mendapatkan citra yang lebih baik, daya saing, peningkatan produktivitas, keberlanjutan jangka panjang, dan profitabilitas (Fotiadis, 2016). Earle, Andrews, Coates, Cowley, & Masters (2003) menyatakan bahwa Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, serta reputasi dan legitimasi perusahaan (Dixon, Nordvall, Cukier, & Neumann, 2016; Neumann, Dixon, & Nordvall, 2014; Mäkelä, Backer, Hedegaard, & Larsson, 2013).

Penelitian Ladina et al. (2016) menggunakan analisis konten didasarkan pada versi G-4 dari Global Reporting Initiative (GRI) instrumen dengan indikator 91 item yang terdiri dari 3 kategori utama yaitu 9 item ekonomi, 34 item kategori sosial kemasyarakatan termasuk sebanyak 4 sub kategori, yaitu sub kategori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja (16 item), sub kategori hak asasi manusia (12 item), sub kategori komunitas (11 item), dan sub kategori produk tanggung jawab (9 item).

Pengukuran Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja yang dilakukan oleh Ali et al. (2020) menggunakan indeks GRI 2013. Cahaya (2017) mengukur Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja menggunakan panduan Global Reporting Initiative (GRI) 2006 dengan cara checklist indeks pengungkapan. Dura et al. (2020) mengukur Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja dengan indeks GRI 2018 menggunakan konten analisis.

Ukuran Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja menggunakan indeks Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja hasil pengembangan dari GRI 2018, Ali, et.al 2021; Moraru et al. 2020; Paun, 2020; Tsalis et.al. 2018; Rahman, et al, 2018; Evangelinos et.al 2017; Cahaya 2017; Cahaya 2015; Spatura et al. 2015, dan Peraturan Pemerintah No. 50 tahun 2012 tentang SMK3 dengan alasan karena di Indonesia belum ada standar tentang indeks Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja sebagai acuan bagi perusahaan.

4.1.5 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan Perusahaan menurut Brigham & Houston (2018) adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total asset yang dimiliki perusahaan. Lucyanda & Siagian (2012) mendeskripsikan pertumbuhan perusahaan sebagai gambaran kekuatan perusahaan untuk bertahan hidup. Pertumbuhan Perusahaan mengindikasikan seberapa baik kinerja perusahaan. Pertumbuhan Perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan minat investor tertarik untuk berinvestasi (Indraswari & Mimba, 2017). Pertumbuhan Perusahaan didefinisikan sebagai perbandingan aset perusahaan sekarang dikurangi aset tahun lalu dibagi dengan aset perusahaan tahun lalu.

Pertumbuhan Perusahaan yang tinggi berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Dhani & Utama, 2017); menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Dunne & Hughes, 1994); meningkatkan pengungkapan CSR (Yovana & Kadir, 2020); meningkatkan opini audit going concern (Purba, & Nazir, 2018); dan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi (Indraswari & Mimba, 2017). Pengukuran Pertumbuhan Perusahaan dapat dilihat berdasarkan penambahan atau pengurangan aset perusahaan, modal kerja, penjualan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan (Dewi & Nataherwin, 2020). Shubiri et al. (2012) menyatakan, tingkat pertumbuhan perusahaan dapat diukur menggunakan pertumbuhan laba perusahaan. Pengukuran Pertumbuhan Perusahaan pada riset ini menggunakan rasio pertumbuhan aset yang mengacu pada riset (Prencipe, 2004) dengan argumentasi pertumbuhan aset pada perusahaan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan mengalami peningkatan.

4.1.6 Rasio Utang

Rasio Utang adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya yang merupakan perbandingan antara dana yang diterima dari eksternal dengan pendanaan yang diberikan oleh pemilik perusahaan (Lamia et al. 2014). Riantani & Nurzamzam (2015) berpendapat bahwa Rasio Utang merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya atau perbandingan antara dana yang diterima dari eksternal dengan pendanaan yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Rasio Utang didefinisikan sebagai gambaran struktur modal perusahaan dan risiko tak tertagihnya suatu utang (Octarina et al. 2018). Rasio Utang pada riset ini didefinisikan sebagai gambaran besarnya utang yang dimiliki perusahaan atas modal sendiri.

Scott (2000) mengemukakan perusahaan yang memiliki Rasio Utang yang tinggi kecenderungannya kurang mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial. Jensen & Meckling (1976) mengungkapkan bahwa Utang yang besar menjadi penyebab terjadinya konflik antara manajer dan pemangku kepentingan. Swandari & Sadikin (2017) berpendapat bahwa Rasio Utang keuangan dapat menurunkan pengungkapan CSR. Utang yang tinggi berdampak pada rendahnya kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan dana untuk kepentingan sosial dan lingkungan (Belkaoui & Karnik, 1989; Setyorini & Ishak, 2012; Soedirman et al. 2019).

Rasio Utang dapat diidentifikasi dengan berbagai pengukuran. Alfarizi (2014) mengukur Rasio Utang dengan Debt Equity Ratio (DER); Adrian & Shin (2010) mengukur Rasio Utang dengan Debt Assets Ratio (DER). Debt Equity Ratio (DER) digunakan untuk mengukur Rasio Utang dengan argumentasi karena Debt Equity Ratio (DER) menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya dari modal sendiri yang dimilikinya.

4.1.7 Ukuran Perusahaan

Perusahaan dengan jumlah karyawan yang banyak menggambarkan besarnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang besar lebih bertanggungjawab dalam melindungi karyawan dari Kecelakaan Kerja. Jumlah karyawan merupakan salah satu alat yang biasa digunakan untuk mengukur variabel ukuran perusahaan (Dang et al. 2018; Tagesson et al. 2009). Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja dilakukan untuk mentaati peraturan yang berlaku dan meningkatkan reputasi perusahaan di masyarakat. Tagesson et al. (2009) menyimpulkan bahwa jumlah karyawan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Jumlah karyawan tersebut sesuai dengan pernyataan bahwa jumlah staf sebagai dimensi yang tepat untuk mengukur ukuran perusahaan, dengan mempertimbangkan interaksi yang jelas antara kesehatan dan keselamatan di tempat kerja dan masalah sumber daya manusia.

Sementara hasil penelitian Păun et al. (2020) di Rumania menyimpulkan bahwa jumlah karyawan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Ozigi et al. (2017) menyimpulkan bahwa pengungkapan adalah membahas tentang isu-isu karyawan yang dapat disajikan sesuai praktik pelaporan wajib di negara-negara UE. Williams & Adams (2013) menyatakan bahwa ukuran karyawan tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Hahn & Kühnen (2013) menyatakan bahwa perusahaan besar melakukan aktivitas tanggung jawab sosial lebih besar dibandingkan perusahaan kecil.

Perbedaan ini karena jumlah dana yang dimiliki perusahaan besar lebih banyak sehingga mampu melakukan aktivitas sosial lebih tinggi. Perusahaan besar memiliki stakeholder dan tenaga kerja dengan jumlah yang besar sehingga dituntut untuk lebih peduli terhadap aktivitas sosialnya (Hahn & Kühnen, 2013). Aktivitas sosial yang banyak membutuhkan dana yang besar sehingga tidak mungkin bagi perusahaan kecil untuk melakukan penyusunan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja secara penuh karena mengganggu aktivitas utama perusahaan. Cormier et al. (2009) menemukan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan sosial. Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja yang dilakukan oleh perusahaan dipengaruhi oleh besar dan kecilnya ukuran dari perusahaan yang tercermin dalam jumlah karyawan (Paun, 2020).

Beberapa penelitian terdahulu mengenai variabel Ukuran Perusahaan telah dilakukan oleh peneliti antara lain Trotman & Bradley (1981); Belkaoui & Karpik (1989); Roberts

(1992); Scott (1994); Gray et al. (1995); Adams et al. (1998); Neu et al. (1996) ; Prencipe (2004) Ukuran Perusahaan diukur dengan perputaran dan jumlah karyawan). Zarzeski (1996); Jaggi & Low (2000); Watson et al. (2002); Cormier et al. (2005), menggunakan pengukuran berupa total aset.

Jumlah karyawan yang lebih banyak mendorong aktivitas perusahaan akan lebih diperhatikan oleh publik. Perhatian publik ini mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi-informasi sosial tentang Pengungkapan Kesehatan dan Keselamatan Kerja. Jadi semakin besar jumlah karyawan perusahaan yang ada akan semakin mendukung perusahaan untuk melakukan pengungkapan Kesehatan dan Keselamatan Kerja dalam laporan tahunan untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat.

4.1.8 Tingkat Kecelakaan Kerja

Tingkat Kecelakaan kerja terjadi karena faktor bawaan, kurangnya pengetahuan dan keahlian dalam melakukan pekerjaan, lingkungan sosial dan lingkungan kerja yang tidak tepat. Enam puluh persen kecelakaan kerja disebabkan oleh kesalahan manusia hal ini antara lain karena keterbatasan pengetahuan pekerja, lalai dan ceroboh dalam bekerja, tidak melaksanakan prosedur kerja yang diberikan dan tidak disiplin melaksanakan peraturan keselamatan kerja termasuk penggunaan alat pelindung diri. Pada dasarnya ada dua penyebab dasar kecelakaan yaitu faktor manusia sebagai penyebab utama kecelakaan dan kesalahan manajemen sebagai pihak yang bertanggung jawab mencegah kecelakaan (Furr, 1995).

Kejadian yang berkaitan kecelakaan pekerjaan karyawan, cedera, penyakit akibat kerja ataupun kefatalan (kematian) dapat terjadi di lingkungan kerja. Insiden merupakan keadaan darurat yang dapat terjadi pada karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya (standar OHSAS 18001:2007). Semakin patuh perusahaan pada aturan maka insiden kerja akan semakin kecil, sehingga Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja semakin tinggi. Perusahaan telah menetapkan program keselamatan dan kesehatan kerja yang bertujuan untuk mencapai nihil kecelakaan di setiap unit operasi dengan mengimplementasikan Sistem Manajemen Keselamatan Pertambangan (SMKP) serta menerapkan Occupational, Health & Safety Management System (OHSAS) 18001:2007 dan PP No. 50 Tahun 2012) dalam kegiatan operasional Perusahaan. Perusahaan biasanya mencatatkan kasus kecelakaan yang terjadi dengan Incidence/fatality rate tertentu sebagai akibat dari terjadinya kecelakaan tambang kategori ringan sampai berat. Pengukuran untuk Kecelakaan Kerja menggunakan Incidence/fatality rate yang terjadi di perusahaan.

4.1.9 Eksposur Media

Perusahaan menggunakan Exposure Media dalam kegiatannya untuk merespon pesatnya pertumbuhan platform daring di ruang digital. Perusahaan harus mentaati seperangkat aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah sebagai regulator. Tiga regulasi yang mengatur platform online beroperasi di Indonesia adalah Undang-Undang No. 19/2016 tentang ITE, PP 71/2019 tentang PSTE, dan yang terbaru PM Kominfo 5/2020 tentang PSE lingkup privat. Undang-Undang ITE mengatur mengenai pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik agar dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi. Hal tersebut tercermin dalam pasal 40 ayat (1) dan ayat (2). Terkait dengan penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik, dibuat peraturan pelaksana Undang-

Undang ITE yakni PP 71/2019 tentang PSTE dalam PP PSTE dibuat pembagian enam klaster layanan penyelenggara sistem elektronik (PSE) privat, yaitu:

- a. Menyediakan, mengelola, mengoperasikan perdagangan barang atau jasa, contohnya toko online;
- b. Menyediakan, mengelola, mengoperasikan layanan transaksi keuangan, contohnya fintech;
- c. Pengiriman materi atau muatan digital berbayar melalui jaringan data, pengiriman lewat surat elektronik atau melalui aplikasi lain ke perangkat pengguna, contohnya layanan on-demand berbayar;
- d. Menyediakan, mengelola, mengoperasikan layanan komunikasi meliputi pesan singkat, panggilan suara, panggilan video, surat elektronik, dan percakapan dalam jaringan dalam bentuk platform digital, contohnya media sosial;
- e. Layanan penyediaan informasi elektronik yang berbentuk tulisan, suara, gambar, animasi, musik, video, film, dan permainan, contohnya mesin pencari; dan
- f. Layanan yang tidak termasuk lima kategori sebelumnya tetapi melakukan pemrosesan data pribadi untuk kegiatan operasional melayani masyarakat yang terkait dengan aktivitas transaksi elektronik.

Peraturan menunjukkan bahwa Eksposure Media adalah alat atau media sosial (digital) yang dipakai untuk mengungkapkan atau mempromosikan kegiatan mengenai Keselamatan dan Kesehatan Kerja dengan menggunakan Teori Kepatuhan karena perusahaan yang memanfaatkan exposure media harus mentaati tiga aturan yaitu Undang-Undang No. 19/2016 tentang ITE, PP 71/2019 tentang PSTE, dan yang terbaru PM Kominfo 5/2020 tentang PSE lingkup privat.

Eksposur Media dipilih menjadi variabel bebas untuk menjelaskan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja karena media memiliki peranan penting untuk mengkomunikasikan informasi kepada publik. Perusahaan dengan kinerja yang baik memberikan informasi lebih banyak aktivitasnya berkaitan dengan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Hasil penelitian Eksposur Media didefinisikan dengan paparan media berkaitan dengan kegiatan tanggungjawab sosial khususnya Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja di perusahaan (Branco & Rodrigues, 2008; Reverte, 2009).

Hasil penelitian Deitiana (2015) menyatakan bahwa media sebagai alat publikasi dan sosialisasi tentang aktivitas entitas untuk meningkatkan reputasi perusahaan (Deitiana, 2015). Eksposur Media memberikan informasi tentang tanggung jawab sosial tentang karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya, dan secara umum, kepada seluruh masyarakat dengan berbagai alat komunikasi (Harmoni, 2010). Eksposur Media merupakan variabel yang jarang digunakan untuk mengungkap pengaruh Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.

Media sosial tidak hanya memberi informasi tentang perusahaan tetapi juga Eksposure Media sosial memberi informasi bagi pengguna eksternal untuk membuat suatu keputusan di masa yang akan datang. Informasi yang diberikan perusahaan kepada pengguna atau eksternal untuk mengembangkan pengungkapan strategi yang baru untuk di informasikan kepada seluruh masyarakat atau investor (Miller & Skinner, 2015). Perusahaan yang menggunakan Eksposur Media untuk memberikan informasi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang bertujuan untuk

mengkomunikasikan kebijakan, praktik, dan kinerja sosial dan lingkungan kepada pemangku kepentingan (Zhang & Yang, 2021).

Penelitian sebelumnya seperti Branco & Rodrigues (2008); Reverte (2009); Widiastuti, Utami, & Handoko (2018) menyatakan Eksposur Media diukur dengan jumlah publikasi kegiatan pada media. Deswanto & Siregar (2018), Hammami & Zadeh (2019); Dawkins & Fraas (2011); Kurniansyah et al. (2021) menggunakan jumlah berita untuk mengukur Eksposur Media. Variabel Eksposur Media pada umumnya, menggunakan pengukuran jumlah artikel di media massa yang mengekspos CSR pada perusahaan sampel. Penelitian terdahulu yang mengekspos isu CSR antara lain adalah telah dilakukan oleh (Brown & Deegan, (1998); Burritt et al. (2016); Islam & Deegan (2010). Pengukuran Eksposur Media menggunakan ketepatan waktu laporan tahunan karena laporan ini lebih tepat atau relevan dengan Compliance Theory. Ketepatan waktu menggambarkan kepatuhan entitas terhadap aturan yang dibuat oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nomor 14/POJK.04/2021 tentang Penyampaian Pelaporan Keuangan Berkala Emiten atau Perusahaan Publik, dan informasi yang dipublikasikan tepat waktu dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Informasi yang tidak tepat waktu tidak berguna untuk mengambil keputusan karena sudah kadaluarsa.

4.1.10 Biaya Asuransi

Pentingnya jaminan sosial tenaga kerja untuk pekerja dan perusahaan. Asuransi ketenagakerjaan merupakan hal yang diperlukan untuk perlindungan bagi pekerja dari berbagai risiko pekerjaan. Hal ini tidak hanya berguna bagi karyawan, asuransi pekerja juga bermanfaat untuk perusahaan pemberi kerja. Manfaat asuransi ketenagakerjaan bagi pekerja, gaji memang menjadi salah satu faktor yang akan dipertimbangkan oleh pekerja saat melamar di suatu perusahaan. Namun, selain itu pekerja juga mempertimbangkan faktor perlindungan untuk pekerja saat memilih tempat bekerja. Bahkan, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 mewajibkan setiap buruh atau pekerja yang bekerja di perusahaan mendapatkan jaminan kesehatan, jaminan kematian, dan jaminan hari tua dengan mengikutsertakan karyawan pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan. Pekerja mendapatkan perlindungan terhadap semua kecelakaan yang terjadi pada saat berada di area kerja dari program jaminan kecelakaan kerja. Perlindungan ini juga sudah termasuk jika terjadi kecelakaan di perjalanan saat menuju kantor ataupun pulang kantor.

Tenaga kerja merupakan salah satu aset perusahaan yang perlu dijaga perusahaan wajib memberikan perlindungan yang layak bagi setiap pekerjanya. Manfaat pemberian asuransi ketenagakerjaan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas karyawan. Salah satu pertimbangan bagi para pekerja, adanya fasilitas asuransi ketenagakerjaan dapat meningkatkan loyalitas, produktivitas tenaga kerja, citra dan reputasi perusahaan. Citra dan reputasi perusahaan akan semakin bagus bila karyawan diberikan fasilitas asuransi ketenagakerjaan yang baik. Hal ini karena mencerminkan kepedulian perusahaan pada pekerjanya, serta karyawan yang dapat merasa dihargai dengan fasilitas yang lengkap dan daya saing perusahaan di mata pencari kerja pun meningkat.

Pengelolaan keuangan perusahaan dengan asuransi ketenagakerjaan, pengelolaan anggaran perusahaan menjadi lebih mudah dibandingkan harus menanggung biaya kesehatan. Kesehatan adalah risiko yang sulit diukur. Hanya dengan asuransi, perusahaan tinggal menyediakan anggaran untuk dikelola oleh perusahaan penyedia asuransi. Biaya Asuransi kecelakaan kerja tinggi maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

juga meningkat. Pengaruh tersebut diuji karena Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja penting untuk meningkatkan reputasi dan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Biaya Asuransi kecelakaan kerja dikeluarkan oleh perusahaan dengan berdasarkan peraturan yang berlaku.

4.1.11 Kelengkapan APD

Alat Pelindung Diri adalah alat yang mempunyai kemampuan untuk melindungi seseorang ketika bekerja yang fungsinya untuk mengisolasi tubuh tenaga kerja dari bahaya di tempat kerja. Alat pelindung yang dipakai oleh tenaga kerja secara langsung untuk mencegah sebuah kecelakaan yang di sebabkan oleh berbagai faktor yang ada atau timbul di lingkungan kerja. Keselamatan dan kesehatan kerja yang biasa disebut dengan keselamatan dan kesehatan kerja, merupakan sebuah upaya dan usaha guna mencegah terjadinya suatu risiko kecelakaan kerja, penyakit akibat kerja, peledakan, kebakaran bahkan pencemaran lingkungan. Alat keselamatan dan kesehatan kerja sendiri memiliki pengertian yakni sebuah alat yang memiliki kemampuan untuk melindungi diri seseorang dari potensi kecelakaan atau kelalaian yang ada di tempat kerja. Alat perlindungan diri terdiri dari kelengkapan atau kebutuhan wajib yang harus dipakai oleh pekerja proyek yang sesuai dengan kondisi di lingkungan kerjanya.

Di Indonesia telah banyak Undang-Undang yang mengatur peralatan keselamatan dan kesehatan kerja. Undang-Undang No.1 Tahun 1970 membahas seputar keselamatan kerja. Undang-Undang No.23 Tahun 1992 membahas mengenai kesehatan para pekerja. Undang-Undang No.13 Tahun 2003 berisi seputar ketenagakerjaan. Penjabaran dari aturan tersebut juga dikeluarkan Peraturan Pemerintah dan Keputusan Presiden terkait penyelenggaraan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Kewajiban menggunakan Alat Pelindung Diri kesehatan atau peralatan keselamatan dan kesehatan kerja, telah dijelaskan dalam Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. Per.08/Men/VII/2010 mengenai Alat Pelindung Diri atau APD. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan menyediakan peralatan Keselamatan dan Kesehatan Kerja yang sesuai dengan SNI bagi para pekerjanya. Perusahaan diharapkan memfasilitasi pekerja dengan alat keselamatan dan kesehatan kerja yang sesuai dapat membantu perusahaan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan pastinya dapat menghindari hal-hal buruk lainnya.

APD sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. Per.08/Men/VII/2010 mengenai APD atau Alat Pelindung Diri Pasal 2 meliputi: a. pelindung kepala; b. pelindung mata dan muka; c. pelindung telinga; d. pelindung pernapasan beserta perlengkapannya; e. pelindung tangan; dan/atau f. pelindung kaki. Ada enam APD dalam Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. Per.08/Men/VII/2010 yang digunakan untuk mengukur variabel ini.

4.2 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian memiliki peranan penting dalam sebuah penelitian. Skema konseptual penelitian mengungkapkan atau menggambarkan pemahaman peneliti bagaimana suatu fenomena atau konsep menjelaskan bagaimana variabel berhubungan satu dengan yang lain (Sekaran & Bougie, 2016). Skema konseptual penelitian yang dirancang antara lain: (a) peneliti menjelaskan definisi dari masing-masing konsep atau variabel; (b) peneliti membangun konsep yang menggambarkan teori yang digunakan; (c) menjelaskan hubungan teori dengan variabel pada model.

Compliance Theory yang mempunyai motif ekonomi, sosial dan normatif mampu mempengaruhi Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban perusahaan yang luas kepada masyarakat dan lingkungan. Penelitian terdahulu dan kajian teoritis serta permasalahan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan perlu dilakukan pengujian secara empiris mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Pertumbuhan Perusahaan, Rasio Utang, dan Ukuran Perusahaan dikembangkan berdasarkan motif ekonomi. Motif sosial digunakan sebagai dasar pengembangan variabel Kecelakaan Kerja, dan Eksposur Media, sedangkan Biaya Asuransi, serta Kelengkapan APD dikembangkan berdasarkan motif normatif.

4.2.1 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Pengungkapan

Keselamatan dan Kesehatan Kerja Pertumbuhan Perusahaan merupakan motif ekonomi yang menyebabkan perusahaan lebih mematuhi peraturan dan norma yang berlaku sehingga dapat meningkatkan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Jika Pertumbuhan Perusahaan tinggi maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja meningkat. Compliance Theory (Nielsen & Parker, 2012) dilihat dari sisi motif ekonomi yang menjelaskan bahwa alasan perusahaan dan manajer untuk patuh pada peraturan dan norma adalah berkomitmen memaksimalkan kegunaan ekonomi (keuangan) dan material (asetnya). Motivasi ekonomi atau material, berkaitan secara luas dengan motivasi melanggar aturan dari sisi ekonomi. Hal ini didasarkan pada pemahaman tentang perusahaan bisnis sebagai entitas ekonomi yang fokus utama dan prioritasnya adalah untuk memperluas bisnis, membuat dan menjual lebih banyak produk dan layanan, mendapatkan lebih banyak uang dan mengembalikan keuntungan yang lebih besar kepada pemiliknya. Motivasi ekonomi didasarkan pada materi bahwa konsekuensi kepatuhan atau ketidakpatuhan bukan murni keuangan, tetapi sebaliknya bisa berupa penutupan perusahaan atau pabrik.

Pertumbuhan Perusahaan mengindikasikan peningkatan kinerja keuangan dalam kegiatan perekonomian (Indraswari & Mimba, 2017). Pertumbuhan Perusahaan juga menggambarkan keberlanjutan kondisi keuangan yang meningkat. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi mengindikasikan profitabilitas juga tinggi di masa mendatang, sehingga stakeholder tertarik untuk bekerjasama atau berinvestasi pada perusahaan tersebut (Indraswari & Mimba, 2017). Pertumbuhan Perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor untuk menanamkan investasinya karena Pertumbuhan Perusahaan dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan yang memiliki kesempatan untuk memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan (Munsaidah, et al. 2016). Perusahaan yang pertumbuhannya tinggi cenderung melakukan pengungkapan CSR lebih banyak karena memiliki potensi pertumbuhan yang lebih tinggi. Hasil penelitian Dewi & Nataherwin (2020); Lindawati et al. (2021); Munsaidah et al. 2016) menyatakan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Semakin tinggi Pertumbuhan Perusahaan maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja juga akan meningkat.

4.2.2 Pengaruh Rasio Utang terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Perusahaan dengan utang tinggi seharusnya lebih mematuhi perjanjian terkait utang. Nielsen & Parker (2012) menyatakan bahwa kepatuhan sangat dipengaruhi oleh motif ekonomi, sosial, dan normatif. Rasio utang merupakan salah satu alasan atau motif ekonomi (Compliance Theory) yang menunjukkan bahwa alasan perusahaan dan manajer untuk mematuhi peraturan dan norma adalah berkomitmen memaksimalkan kegunaan ekonomi (keuangan) dan material (asetnya). Motivasi ekonomi atau material, berkaitan secara luas dengan motivasi untuk tidak melanggar aturan dari sisi ekonomi yang diidentifikasi oleh (Scholz, 1984).

Utang yang tinggi berdampak pada kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan dana untuk kepentingan sosial dan lingkungan khususnya Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (Belkaoui & Karnik, 1989; Setyorini & Ishak, 2012; Soedirman et al. 2019). Rasio Utang merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya yang merupakan perbandingan antara dana yang diterima dari eksternal dengan pendanaan yang diberikan oleh pemilik perusahaan (Lamia et al. 2014). Scott (2000) mengemukakan perusahaan yang memiliki Rasio Utang yang tinggi kecenderungannya kurang mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial. Jensen & Meckling (1976) mengungkapkan bahwa Utang yang besar menjadi penyebab terjadinya konflik antara manajer dan pemangku kepentingan.

Swandari dan Sadikin (2017) berpendapat bahwa Rasio Utang keuangan dapat menurunkan pengungkapan CSR. Utang yang tinggi berdampak pada rendahnya kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan dana untuk kepentingan sosial dan lingkungan (Belkaoui & Karnik, 1989; Setyorini & Ishak, 2012; Soedirman et al. 2019). Perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh Rasio Utang terhadap pengungkapan pada laporan keuangan. Rasio Utang mempengaruhi tingkat pengungkapan pada laporan keuangan perusahaan (Barako, 2006). Penelitian yang dilakukan oleh Amran et al. (2009); (Octarina, Majidah, & Muslih, 2018) menyatakan bahwa Rasio Utang tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan perusahaan.

Hasil penelitian Gherghina et al. (2015); Samsiyah & Kurnia (2014); Fahad & Nidheesh, (2020) menyimpulkan bahwa Rasio Utang berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial. Hasil tersebut berbeda dengan Alfarizi (2014) menunjukkan bahwa Rasio Utang yang diukur dengan Debt Equity Ratio (DER) tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan sosial. Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja merupakan bagian dari pengungkapan CSR dan sosial. Hasil penelitian mengenai ketiga pengungkapan yaitu CSR, sosial, dan Keselamatan dan Kesehatan Kerja tersebut masih beragam. Swandari & Sadikin (2016) berpendapat bahwa Rasio Utang keuangan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Rasio Utang pada penelitian Swandari & Sadikin (2016) diukur menggunakan total utang dibagi dengan total modal. Semakin tinggi Rasio Utang, perusahaan hanya berkonsentrasi terkait bisnis sehingga mengabaikan pengungkapan informasi sosial.

4.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Besarnya sebuah perusahaan dapat dilihat dengan besarnya aktivitas yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula dana yang dikeluarkan. Ukuran Perusahaan yang besar dianggap sebagai suatu indikator yang menggambarkan tingkat risiko bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar memiliki teknologi dan sumber daya yang lebih baik, sehingga

perusahaan besar menjamin keberlangsungannya di masa mendatang. Perusahaan besar memiliki stakeholder yang lebih banyak sehingga perusahaan seharusnya menyampaikan banyak informasi yang diungkapkan ke publik meliputi Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.

Besarnya Ukuran Perusahaan mempengaruhi Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja karena perusahaan yang memiliki sumber daya aktiva yang besar berdampak pada aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin banyak Perusahaan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya berdampak pada masyarakat, lingkungan sosial, dan investor, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin tinggi (Octarina, Majidah & Muslih, 2018). Ukuran Perusahaan merupakan suatu skala yang mengklasifikasikan besar kecil perusahaan dengan jumlah karyawan (Dang et al. 2018; Tangesson et al. 2009). Semakin besar Ukuran Perusahaan maka semakin tinggi Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Perusahaan yang besar lebih bertanggungjawab dalam melindungi pegawainya dari Kecelakaan Kerja. Jumlah karyawan merupakan salah satu alat yang biasa digunakan untuk mengukur variabel Ukuran Perusahaan. Upaya peningkatan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja bertujuan untuk meningkatkan reputasi dan tanggung jawab perusahaan pada masyarakat stakeholder dan karyawan.

Karyawan menginginkan tingkat transparansi yang lebih tinggi tentang informasi Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja untuk mempertanyakan hak dan kepentingannya. Dang et al. (2018) berpendapat bahwa karyawan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kebijakan perusahaan. Pengungkapan informasi perusahaan mampu meyakinkan dan meningkatkan kepercayaan karyawan mengenai penghargaan, penghormatan, hak-hak, dan kepentingannya, sehingga dapat mengurangi risiko Kecelakaan Kerja (Cormier & Magnan, 2007). Perusahaan besar melakukan aktivitas tanggung jawab sosial lebih banyak daripada perusahaan kecil. Perbedaan tersebut karena jumlah tenaga kerja yang dimiliki perusahaan besar lebih banyak sehingga memiliki aktivitas sosial yang beragam. Perusahaan besar juga memiliki stakeholder yang lebih banyak sehingga lebih peduli pada aktivitas sosialnya.

Banyaknya aktivitas sosial membutuhkan dana dan tenaga kerja yang besar sehingga berbeda dengan perusahaan kecil. Hasil penelitian Octarina et al. (2018); Alfarizi (2014); Luo et al. (2013); Jain et al. (2011); Nuryaman (2009); Purba & Yadnya (2015) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.

Ukuran Perusahaan dikembangkan dari motif ekonomi dalam Compliance Theory yang menjelaskan bahwa alasan perusahaan dan manajer untuk mematuhi peraturan, norma, dan kesepakatan dengan stakeholder adalah komitmen untuk memaksimalkan kegunaan ekonomi (keuangan) dan material (asetnya). Hal ini didasarkan pada pemahaman tentang perusahaan bisnis sebagai entitas ekonomi yang fokus utama dan prioritasnya adalah untuk memperluas bisnis, membuat dan menjual lebih banyak produk dan layanan, mendapatkan lebih banyak pendapatan, dan memberikan keuntungan yang lebih besar investor. Motif ekonomi dalam Compliance Theory menjelaskan bahwa jika Ukuran Perusahaan yang diukur dengan jumlah karyawan semakin besar maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja semakin meningkat.

4.2.4 Pengaruh Tingkat Kecelakaan Kerja terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Perusahaan harus mentaati peraturan OHSAS 18001:2007 dan ISO 45001:2018 maka Tingkat Kecelakaan Kerja semakin kecil, sehingga Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja diharapkan semakin tinggi. Compliance Theory menjelaskan bahwa perusahaan seharusnya mematuhi peraturan dan norma termasuk melakukan penyusunan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Tanggung jawab sosial kepada masyarakat meliputi pengelolaan perusahaan dengan mengurangi frequency rate tentang kecelakaan kerja. Tingkat Kecelakaan Kerja dikembangkan dari motif sosial (Compliance Theory) pada perusahaan untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan dan masyarakat berarti mentaati hukum yang berlaku dan tidak melanggar hukum. Ketika perusahaan menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak maka diharapkan memperoleh kepercayaan dari lingkungan dan masyarakat. Motivasi sosial mengacu pada tujuan mendapatkan persetujuan dan pengakuan dari orang-orang penting yang berinteraksi dengan perusahaan (May & Winter, 2000). Sumber potensial dari penerimaan sosial tersebut termasuk bisnis lain, mitra dagang, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, masyarakat luas, keluarga dan teman-teman. Persetujuan dan taat pada regulator sangat penting karena bisnis diatur dan memiliki hubungan dengan regulator untuk berinteraksi pada beberapa kesempatan (Ayres & Braithwaite, 1992).

Tingkat Kecelakaan Kerja merupakan cara untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dengan melihat data kecelakaan kerja sebagai sumber utama. Analisis statistik Rate Kecelakaan Kerja bertujuan untuk mengetahui kejadian kecelakaan kerja yang sebenarnya, tingkat keparahan, dan gambaran pelaksanaan program perusahaan sebelumnya sehingga dapat dijadikan rekomendasi untuk membuat suatu program pencegahan kecelakaan kerja perusahaan yang biasa digunakan oleh perusahaan untuk menghitung incidence/fatality rate. Semakin incidence/fatality rate tinggi maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja justru semakin turun. Hal tersebut menunjukkan kepatuhan perusahaan adalah rendah karena incidence/fatality rate adalah tinggi maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja semakin turun.

Tingkat Kecelakaan Kerja diukur dengan Incidence/fatality rate. Incidence/fatality rate rendah berarti tingkat Kecelakaan Kerja rendah maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja juga meningkat. Belum banyak perusahaan yang berkomitmen melaksanakan penerapan Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3) untuk mengurangi angka Kecelakaan Kerja dalam lingkungan kerjanya. Penerapan SMK3 memberikan banyak keuntungan yaitu menjaga keselamatan dan kesehatan tenaga kerja, meningkatkan produktifitas kerja, dan meningkatkan citra perusahaan yang dapat memperkuat posisi bisnis perusahaan.

Kejadian yang berkaitan dengan pekerjaan yang menyebabkan cedera, Penyakit Akibat Kerja (PAK), atau kefatalan (kematian) dapat terjadi, termasuk insiden yaitu keadaan darurat (Standar OHSAS 18001:2007). Incidence/fatality rate rendah berarti Tingkat Kecelakaan Kerja bernilai kecil maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja meningkat.

4.2.5 Pengaruh Eksposur Media terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Eksposur Media merupakan alat publikasi dan sosialisasi tentang aktivitas entitas untuk meningkatkan reputasi perusahaan (Deitiana, 2015). Perusahaan perlu melakukan

Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja untuk memperoleh pengakuan dari masyarakat. Keberadaan media mengenai isu Keselamatan dan Kesehatan Kerja dapat mempengaruhi opini stakeholder tentang komitmen perusahaan terhadap lingkungannya. Eksposur Media dipilih menjadi variabel bebas penjas Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja karena Media memiliki peranan yang sangat penting untuk mengkomunikasikan informasi kepada publik. Perusahaan dengan kinerja yang baik akan memberikan informasi lebih banyak aktivitasnya berkaitan dengan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Hasil penelitian Eksposur Media lebih didefinisikan dengan paparan media berkaitan dengan kegiatan tanggung jawab sosial khususnya Keselamatan dan Kesehatan Kerja di perusahaan (Branco & Rodrigues, 2008; Reverte, 2009).

Eksposur Media dikembangkan dari motif sosial (Compliance Theory) pada perusahaan untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan dan masyarakat. Ketika perusahaan menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak maka diharapkan memperoleh kepercayaan dari lingkungan dan masyarakat. Motivasi sosial mengacu pada tujuan mendapatkan pengakuan dari orang-orang penting yang berinteraksi dengan perusahaan (May & Winter, 2000). Sumber potensial dari penerimaan sosial tersebut termasuk bisnis lain, mitra dagang, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, masyarakat luas, keluarga dan teman-teman.

Pengakuan dari regulator sangat penting karena bisnis diatur dan memiliki hubungan dengannya untuk berinteraksi mengenai berbagai bidang (Ayres & Braithwaite, 1992). Eksposur Media memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial kepada karyawan, pelanggan, pemangku kepentingan lainnya, dan seluruh masyarakat dengan berbagai alat komunikasi (Harmoni, 2010). Penelitian yang dilakukan (Kristi, 2021; Respati & Hadiprajitno, 2014) menunjukkan bahwa Eksposur Media berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR, artinya semakin tinggi Eksposur Media menyebabkan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja semakin meningkat.

4.2.6 Pengaruh Biaya Asuransi terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Perusahaan harus mematuhi peraturan mengenai Biaya Asuransi tenaga kerja yaitu Surat Edaran Nomor 11/SE/M/2019 sehingga diharapkan Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja meningkat. Hal tersebut sesuai dengan Compliance Theory yang menjelaskan bahwa motif normatif adalah perusahaan harus mematuhi peraturan yang dibuat oleh pemerintah terkait Biaya Asuransi. Biaya Asuransi sangat penting digunakan pada perencanaan keselamatan dan kesehatan kerja untuk pelaksanaan proyek berjalan dengan lancar dan tidak mengalami hambatan. Besaran Biaya Asuransi adalah berbeda-beda tergantung pada besar kecilnya, lokasi, jenis proyek, dan potensi bahaya yang mungkin ditimbulkan (Ananti et al., 2018).

Biaya Asuransi tinggi maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja juga meningkat. Pengaruh tersebut diuji karena Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja penting untuk meningkatkan reputasi dan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Biaya Asuransi kecelakaan kerja dikeluarkan oleh perusahaan dengan berdasarkan peraturan yang berlaku. Program keselamatan yang terencana dengan baik adalah cara terbaik untuk menerapkan praktik ke dalam alur kerja. Faktanya, Occupational Health and Safety Administration (OSHA) telah menetapkan bahwa program

kesehatan dan keselamatan yang sukses mengurangi biaya cedera dan sakit sebesar 20 sampai 40 persen.

Berikut ini adalah beberapa cara terpenting sistem manajemen keselamatan mengurangi biaya asuransi: kebijakan dan prosedur rumah tangga, pelatihan keselamatan yang konsisten selalu memperbaiki atau mengurangi tingkat insiden, asuransi kompensasi pekerja, program keselamatan yang komprehensif harus menjaga kesehatan karyawan, baik fisik maupun mental, asuransi perlindungan pendapatan, dan mengurangi tingkat insiden dengan perangkat lunak manajemen keselamatan. Shoemaker (2018) menyatakan Asuransi kompensasi pekerja adalah salah satu biaya terbesar bagi perusahaan di bidang pertambangan, konstruksi, dan industri berat lainnya, dan seringkali wajib disediakan. Bahkan jika melakukan kesalahan di sisi konservatif, kemungkinan besar perusahaan dapat menurunkan biaya dengan menerapkan program keselamatan.

Program keselamatan yang komprehensif juga harus menjaga kesehatan karyawan, baik fisik maupun mental. Industri berisiko tinggi seperti konstruksi juga cenderung melibatkan perbedaan pendapatan yang signifikan, baik secara musiman maupun dari tahun ke tahun. Cuaca, permintaan, dan bahkan lingkungan politik yang berubah dapat mempersulit prediksi kontrak di masa mendatang. Jika perusahaan memerlukan asuransi perlindungan pendapatan, program keamanan yang konsisten dapat membantu mengurangi premi perusahaan. Program terencana tersebut dapat mengurangi tingkat insiden dengan perangkat lunak manajemen keselamatan (BasicSafe—a comprehensive safety software suite). Penjelasan di atas menunjukkan bahwa kepatuhan perusahaan terhadap aturan pemerintah terkait Biaya Asuransi berdampak pada luasnya Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Uraian teori menunjukkan bahwa Biaya Asuransi berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja.

4.2.7 Pengaruh Kelengkapan APD terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Perusahaan harus menyediakan Alat Pelindung Diri (APD) sesuai dengan Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. Per.08/Men/VII/2010. APD adalah alat yang mempunyai kemampuan untuk melindungi seseorang dalam bekerja yang fungsinya untuk mengisolasi tubuh tenaga kerja dari bahaya di tempat kerja. Alat pelindung diri sesuai dengan peraturan tersebut terdiri dari; Pelindung Kepala, Pelindung Mata dan Muka, Pelindung Telinga, Pelindung Pernapasan beserta Perlengkapannya, Pelindung Tangan, dan/atau Pelindung Kaki.

Kesadaran penggunaan APD juga ditunjukkan di Negara Malaysia. Hasil penelitian Guan et al. (2019) menunjukkan bahwa keselamatan dan kesehatan kerja semakin penting di Malaysia. Alat Pelindung Diri (APD) adalah salah satu cara untuk melindungi pekerja konstruksi bangunan, APD adalah setiap peralatan, perangkat atau bahan yang dipakai atau digunakan oleh pekerja untuk melindungi mereka dari paparan atau kontak dengan bahan berbahaya yang dapat menyebabkan cedera, penyakit atau bahkan kematian. Terlepas dari manfaatnya, kesadaran penggunaan APD masih rendah di kalangan pekerja konstruksi bangunan. Tujuannya adalah untuk mengkaji penggunaan APD dan pengetahuan penggunaan APD mempengaruhi keselamatan pekerja pada konstruksi bangunan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kesadaran dan pelatihan berpengaruh positif sedangkan pengalaman berpengaruh negatif terhadap efektivitas APD pada pekerja konstruksi. Hasil ini mendukung penelitian Aram et al.(2021); Guan et al., 2019) bahwa Kelengkapan APD penting bagi pekerja pada perusahaan yang berisiko

tinggi. Penelitian menunjukkan ada pengaruh Kelengkapan APD terhadap Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja. Semakin tinggi Kelengkapan APD maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja juga menunjukkan peningkatan.

Compliance Theory menyatakan bahwa perusahaan seharusnya mentaati peraturan yang berlaku termasuk peraturan tentang APD. Perusahaan mematuhi peraturan yang berlaku tersebut, menunjukkan bahwa sesuai dengan motif normatif Compliance Theory. Semakin banyak APD yang disediakan oleh perusahaan maka Pengungkapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja meningkat.

Daftar Pustaka

- Adams, R. and Mehran, H. 2003. Is corporate governance different for bank holding companies?, *Economic Policy Review-Federal Reserve Bank of New York*, Vol. 9 No. 1, pp. 123-142.
- Adrian, T., & Shin, H. S. (2010). Liquidity And Leverage. *Jurnal of Financial Intermediation*, 418-437.
- Al-Shubiri, F. N., Al-Abedallat, A. Z., & Orabi, M. M. A. (2012). Financial and Non Financial Determinants of Corporate Social Responsibility. *Asian Economic and Financial Review*, 2(8), 1001–1012.
- Alfarizi Cahya Utama, (2014). Pengaruh Current Ratio, Debt Equity Ratio, Debt Asset Ratio, dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Return on Asset. Bandung : Penerbit Pustaka.
- Ali, M. M., et al., 2021. Heart disease prediction using supervised machine learning algorithms: Performance analysis and comparison. *Computers in Biology and Medicine* Volume 136, September 2021, 104672.
- Ali, W., Frynas, J. G., & Mahmood, Z. (2017). Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(4), 273–294.
- Amran, A., Manaf Rosli Bin, A., & Che Haat Mohd Hassan, B. (2009). Risk Reporting: An Exploratory Study on Risk Management Disclosure in Malaysian Annual Reports. *Managerial Auditing Journal*, 24(1), 39–57.
- Ananti, G. A. A., Indrayanti, A. A. P., & Setyono, E. Y. (2018). Analisis Biaya Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) pada Proyek Konstruksi. 1(66), 1–5.
- Anis, C., & Ghozali, I. (2003). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Aram, S. A., Saalidong, B. M., Appiah, A., & Utip, I. B. (2021). Occupational health and safety in mining: Predictive probabilities of Personal Protective Equipment (PPE) use among artisanal goldminers in Ghana. *PLoS ONE*, 16(9 September).
- Ayres, I., & Braithwaite, J. (1992). Partial-Industry Regulation: A Monopsony Standard for Consumer Protection. *California Law Review*, 80(1), 13.
- Barako, D. G., Hancock, P., & Izan, H. Y. (2006). Factors Influencing Voluntary Corporate Disclosure by Kenyan Companies. *Corporate Governance*, 14(2), 107–125.
- Bapepam. (1996). Keputusan Ketua BAPEPAM-LK Nomor KEP-38/PM/1996 tentang Laporan Tahunan.
- Belkaoui, A., & Karnik, P. G. (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 2(1), 36–51.
- Blader, S. L., & Tyler, T. R. (2009). Testing and Extending the Group Engagement Model: Linkages Between Social Identity, Procedural Justice, Economic Outcomes, and Extrarole Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 94(2), 445–464.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2008). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*, 83(4), 685–701.

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Fundamentals of Financial Management* (15e ed., Vol. 15e). Printed in the United States of America.
- Brown, N., & Deegan, C. (1998b). The public disclosure of environmental performance information - A dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 29(1), 21–41.
- Burby, R. J., & Paterson, R. G. (1993). Improving Compliance with State Environmental Regulations Abstract. 772(4), 753–772.
- Burrell, G. and Morgan, G. (1979). *Sociological Paradigm and Organisational Analysis*. Heinemann. London.
- Burrell, G., & Morgan, G. (2019). *Sociological Paradigms and Organisational Analysis*. In *Sociological Paradigms and Organisational Analysis*. Routledge.
- Cahaya, F. R., Porter, S., Tower, G., & Brown, A. (2017). Coercive pressures on occupational health and safety disclosures. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 7(3), 318–336.
- Cahaya, F. R., Porter, S., Tower, G. and Brown, A. (2015), "The Indonesian Government's coercive pressure on labour disclosures: conflicting interests or government ambivalence?", *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 6(4), 475 - 497.
- Chen, R. C. Y., & Lee, C. (2017). The Influence of CSR on Firm Value : an Application of Panel Smooth Transition Regression on Taiwan. *Applied Economics*, 49(34), 3422–3434.
- Clarke, K. E., Andrews, D. J., Coates, A. J., Cowley, S. W. H., & Masters, A. (2003). Magnetospheric Period Oscillations of Saturn's Bow Shock. *Journal of Geophysical Research*, 115(5), 1–11.
- Cormier, D., Magnan, M., & Van Velthoven, B. (2005). Environmental disclosure quality in large German companies: Economic incentives, public pressures or institutional conditions? *European Accounting Review*, 14(1), 3–39.
- Cormier, D., Aerts, W., Ledoux, M. J., & Magnan, M. (2009). Attributes of Social and Human Capital Disclosure and Information Asymmetry Between Managers and Investors. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 26(1), 71–88.
- Cormier, D., & Magnan, M. (2007). The Revisited Contribution of Environmental Reporting to Investors' Valuation of A Firm's Earnings: An International Perspective. *Ecological Economics*, 62(3–4), 613–626.
- Craig, R., & Diga, J. (1998). Corporate Accounting Disclosure in ASEAN. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 9(3), 2–30.
- Dang, C., (Frank) Li, Z., & Yang, C. (2018). Measuring Firm Size in Empirical Corporate Finance. *Journal of Banking & Finance*, 86(1), 159–176.
- Dawkins, C. E., & Fraas, J. W. (2011). Erratum to: Beyond Acclamations and Excuses: Environmental Performance, Voluntary Environmental Disclosure and the Role of Visibility. *Journal of Business Ethics*, 99(3), 383–397.
- Deegan, C. (2002). Introduction: the Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures – A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311.
- Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosures of BHP From 1983-1997. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 312–343.
- Deitiana, T. (2015). The Determinant of CSR Disclosure of Mining Industry Listed in Indonesia Stock Exchange. *Asian Business Review*, 5(3), 141–148.
- Deswanto, R. B., dan Siregar, S. V. (2018). The associations between environmental disclosures with financial performance, environmental performance, and firm value. *Social Responsibility Journal*, 14(1), 180–193.
- Dewi, S., & Nataherwin, N. (2020). The Effects of Leverage, Sales Growth, Firm Size, and Corporate Social Responsibility Disclosure on Earnings Response Coefficient. *Business and Management Research*, 145(Icebm 2019), 352–355.

- Dhani, I., & Utama, S. A. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 2(1), 135-148.
- DiMaggio, P., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *Journal of Economic Sociology*, 48(2), 147–160.
- Dixon, S. M., Nordvall, A., Cukier, W., & Neumann, W. P. (2016). Young Consumers' Considerations of Healthy Working Conditions in Purchasing Decisions: A Qualitative Examination. *Ergonomics*, 60(5), 601–612.
- Dura, C., Drigă, I., & Păun, A. P. (2020). OHS Disclosure in Romania in the Framework of CSR Reporting. *Quality - Access to Success*, 20(20), 435–440.
- Earle, C. C., Park, E. R., Lai, B., Weeks, J. C., Ayanian, J. Z., & Block, S. (2003). Identifying potential indicators of the quality of end-of-life cancer care from administrative data. *Journal of Clinical Oncology*, 21(6), 1133–1138.
- Etienne, J. (2011). Compliance theory: A Goal Framing Approach. *Law and Policy*, 33(3), 305–333.
- Evangelinos, K., Fotiadis, S., Skouloudis, A., Khan, N., Konstandakopoulou, F., Nikolaou, I., & Lundy, S. (2017). Occupational Health and Safety Disclosures In Sustainability Reports: an Overview of Trends Among Corporate Leaders. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 961–970.
- Fahad, P., & Nidheesh, K. . (2020). Determinants of CSR Disclosure: an Evidence from India. *Journal of Indian Business Research*, 13(1), 110–133..
- Foorthuis, R., & Bos, R. (2011). A framework for Organizational Compliance Management Tactics. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 83, 259–268.
- Foorthuis, R., Hofman, F., Brinkkemper, S., & Bos, R. (2009). Assessing business and IT projects on compliance with Enterprise Architecture. *CEUR Workshop Proceedings*, 459(June 2014).
- Fotiadis, S. (2016). Comparative Studies on CSR Reporting : Assessing Aspects of Occupational Health & Safety Disclosure. 2.
- Frey, B. S. (1997). A constitution for Knaves Crowds Out Civic Virtues. *The Economic Journal*, 107(443), 1043–1053.
- Furr, A. K. (1995). *CRC Handbook of Laboratory Safety* (4th ed.). Taylor & Francis Inc.
- Gherghina, Ș., Vintilă, G., & Dobrescu, D. (2015). An Empirical Research on the Relationship Between Corporate Social Responsibility Ratings and U.S. Listed Companies' Value. *Journal of Economics Studies and Research*, May 2014, 1–11.
- Ghozali, Imam & Chariri . (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, et. al. (1995). Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol.8 No 2: 47-76.
- Gray, R., Dey, C., Owen, D., Evans, R., & Zadek, S. (1997). Struggling With the Praxis of Social Accounting: Stakeholders, Accountability, Audits and Procedures. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (Vol. 10, Issue 3).
- Guan, L. R., Xian, G. J., Rajendran, S. D., & Wahab, S. N. (2019). A study on the effectiveness of Personal Protective Equipment (PPE) on Building Construction Workers. *E3S Web of Conferences*, 136(2), 1–8.
- Guthrie, J., & Parker, L. D. (1989). Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*, 19(76), 343–352.
- Hackston, D. and M. J. Milne, 1996, Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(1), 77-108.

- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of Sustainability Reporting: A Review of Results, Trends, Theory, and Opportunities in An Expanding Field of Research. *Journal of Cleaner Production*, 59(1), 5–21.
- Hammami, A., & Hendijani Zadeh, M. (2019). Audit quality, media coverage, environmental, social, and governance disclosure and firm investment efficiency: Evidence from Canada. *International Journal of Accounting and Information Management*, 28(1), 45–72.
- Harmoni, A. (2010). Media Richness Theory dan Potensi Website sebagai Media Komunikasi CSR oleh Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 15(1), 9–17.
- Hendriksen, E. S. (1992). *Accounting Theory* (5th ed.). INTERAKSARA.
- Indraswari, I. G. A. L., & Mimba, N. P. S. H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar dan Kepemilikan Saham Publik pada Tingkat Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi*, 20(2), 1219–1248.
- International Labour Organization. (2017). *Laporan Ketenagakerjaan Indonesia 2017*
- Islam, M. A., & Deegan, C. (2010a). Media pressures and corporate disclosure of social responsibility performance information: A study of two global clothing and sports retail companies. *Accounting and Business Research*, 40(2), 131–148.
- ISO-26000. (2010). *International Standard -ISO 26000 Guidance on Social Responsibility. Iso 26000, 2010 (First Edition)*, 1–86.
- Jaggi, Bikki., dan Pek Yee Low. 2000. Impact of Culture, market Forces, and Legal System on Financial Disclosures. *The International Journal of Accounting*. 35(4), 495-519.
- Jain, A., Leka, S., & Zwetsloot, G. (2011). Corporate Social Responsibility and Psychosocial Risk Management in Europe. *Journal of Business Ethics*, 101(4), 619–633.
- Jensen, C. M., & Mecling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure Michael. *Journal of Financial Economics* 3, 3(1), 302–360.
- Kelman, C. H. (1958). Compliance, Identification, and Internalization Three Processes of Attitude Change (pp. 51–60).
- Kurniansyah, S. R. (2021). Corporate Governance, Profitability, Media Exposure, And Firm Value: The Mediation Role Of Environmental Disclosure. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi* 8, (1), 69-88 .
- Kristi, aprinda A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 1(1), 15–24.
- Ladina, P., Wijono, T., & Nuzula, N. (2016). Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Induk dan Subsidiary Tahun 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 41(1), 1–8.
- Lamia, Eunike, Tommy Parengkuan, Marjam Mangantar. (2014). Pengaruh Current Ratio, Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang, Dan Dar Terhadap Roi Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri Rokok Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. (Volume 16 Nomor 01)
- Leisink, P., & Steijn, B. (2009). Public Service Motivation and Job Performance of Public Sector Employees in The Netherlands. *International Review of Administrative Sciences*, 75(1), 35–52.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1986). But is it Rigorous? Trustworthiness and Authenticity in Naturalistic Evaluation. *New Directions for Program Evaluation*, 1986(30), 73–84.
- Lindawati, A., The, O., Tanuwijaya, J., & Saputri, S. (2021). The Effect of CSR Disclosure, Company Sizes and Sales Growth on Profitability of Customer Good Industry Registered In Indonesia Stock Exchange Period 2016-2018. *2021 7th International Conference on E-Business and Applications*, 185– 192.
- Lucyanda, Jurica dan Lady Gracia Prilia Siagian. 2012. “The Influence of Company Characteristics toward Corporate Social Responsibility”. *The 2012 Internasional Conference on Business and Management*, 6-7 September. Phuket-Thailand.

- Luo, Le, Qingliang Tang, Yi-chen Lan. (2013). Comparison of Propensity for Carbon Disclosure between Developing and Developed Countries. *Accounting Research Journal*, 26(1), 6-34.
- Mäkelä, M. J., Backer, V., Hedegaard, M., & Larsson, K. (2013). Adherence to Inhaled Therapies, Health Outcomes and Costs in Patients With Asthma and COPD. *Respiratory Medicine*, 107(10), 1481–1490.
- May, P. J., & Winter, S. (2000). Reconsidering Styles of Regulatory Enforcement: Patterns in Danish Agro-environmental Inspection. *Law and Policy*, 22(2), 143–173.
- Merton Robert King. (1975). *Struture, Social theory and social*.
- Miller, G. S., & Skinner, D. J. (2015). The Evolving Disclosure Landscape: How Changes in Technology, The Media, and Capital Markets Are Affecting Disclosure. *Journal of Accounting Research*, 53(2), 221–239.
- Mitchell, R. B. (1996). Compliance theory: an overview. *Improving Compliance with International Environmental Law*, 19(1), 3–28.
- Mitchell, R. B. (1993). Compliance Theory: A Synthesis. *Review of European Community & International Environmental Law*, 2(4), 327–334.
- Montero, M. J., Araque, R. A., & Rey, J. M. (2009). Occupational Health and Safety in The Framework of Corporate Social Responsibility. *Safety Science*, 47(10), 1440–1445.
- Munsaidah, S., Andini, R., & Supriyanto, A. (2016). Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014. *Journal of Accounting*, 2(2), 1–11.
- Neumann, W. P., Dixon, S. M., & Nordvall, A. C. (2014). Consumer demand as a driver of improved working conditions: the “Ergo-Brand” proposition. *Ergonomics*, 57(8), 1113–1126.
- Nielsen, V. L., & Parker, C. (2008). To What Extent Do Third Parties Influence Business Compliance? *Journal of Law and Society*, 35(3), 309–340.
- Nielsen, V. L., & Parker, C. (2012). Mixed Motives: Economic, Social, and Normative Motivations in Business Compliance. *Law and Policy*, 34(4), 428–462.
- Nuryaman, N. (2009). Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sukarela. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 6(1), 89–116.
- Octarina, N., Majidah, & Muslih, M. (2018). Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Ukuran dan Pertumbuhan Perusahaan, serta Risiko Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 10(1), 34–41.
- OHSAS, S. (2007). *Standar OHSAS 18001 : 2007 Occupational Health and Safety Management Systems*.
- Ozigi, O., Mohd Said, R., & Mat Daud, Z. (2017). Determinants and Level of Corporate Sustainability Disclosure on Employees in Malaysia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 5(12), 218–235.
- Paun, A. P., Dura, C. C., Mihailescu, S., Moraru, R. I., & Isac, C. A. (2020). OHS disclosures within non-financial reports: The Romanian case. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5).
- Peraturan Menteri Nomor: 11/SE/M/2019. (2019). *Petunjuk Teknis Biaya Penyelenggaraan Sistem Manajemen Keselamatan Konstruksi*. JDIH Kementerian PUPR.
- Peraturan OJK. (2017). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 Tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik*. Ekp.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51 /POJK.03/2017. (n.d.). *Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik*.

- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2012 Tentang Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja
- Prencipe, A. (2004). Proprietary Costs and Determinants of Voluntary Segment Disclosure: Evidence from Italian Listed Companies. *European Accounting Review*, 13(2), 319–340.
- Purba, I., & Yadnya, I. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 2428–2443.
- Purba, S. F., & Nazir, N. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Rasio keuangan, dan Kualitas Auditor Terhadap Opini Audit Going Concern. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(2339-0832), 201.
- Rahman, Che Abdul, M., Yahya, M., & Abdullah, M. (2018). Occupational Health and Safety Reports: A Comparative Study between Malaysia and the United Kingdom. *Asian Journal of Accounting and Governance*, 10(1), 11–22.
- Reintjes, G. (2017). Do investors care about the Quality of Sustainability reports ? - The Relationship Between Sustainability Reporting Quality and Firm Value and the Role of Analysts. 1(1), 1–36.
- Respati, R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. 4(4), 1–11.
- Reverte, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88(2), 351–366.
- Riantani, S., & Nurzamzam, H. (2015). Analysis of Company Size , Financial Leverage , and Profitability. In *Jurnal Dinamika Manajemen* (Vol. 6, Issue 2, pp. 453–463).
- Roberts, R. W. (1992). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Accounting, Organizations, and Society* 17(6).
- Scholz, J. T. (1984). Voluntary Compliance and Regulatory Enforcement. *Law and Policy*, 385–404.
- Scott, & Bruce, R. A. 1994. "Determinants of Innovative behavior: A Path Model Of Individual Innovation in the Workplace". *Academy of Management Journal*.
- Scott (2000). dalam Gumanti. *Earning Management: Suatu Telaah Pustaka*. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* Vol. 2, No. 2, Nopember 2000: 104 – 115
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016a). *Research Methodes for Business* (7th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Setyorini, Chistina Tri, & Ishak, Z. (2012). Corporate Social and Corporate Social and Environmental Disclosure: A Positive Accounting Theory View Point. *International Journal of Business and Social Science*, 3(9), 151–164.
- Setyorini, Christina Tri, & Ishak, Z. (2012). Corporate Social and Environmental Disclosure: A Positive Accounting Theory View Point. *International Journal of Business and Social Science*, 3(9), 152–164.
- Shoemaker, D. (2018). How A Safety Management System Can Reduce Costs to Insurance Companies.
- Suddaby, R., Bitektine, A., & Haack, P. (2015). Legitimacy. *Academy of Management Annals*, 1–76.
- Swandari, F., & Sadikin, A. (2017). The Effect of Ownership Structure, Profitability, Leverage, and Firm Size on Corporate Social Responsibility (CSR). *Binus Business Review*, 7(3), 315..

5 Kinerja Pemerintah

Dr. Khairudin, S.E., M.S, Ak.
Prof. Dr. Rahmawati, M.Si, Ak. CA
Dr. Rita Noviani, S.Si., M.Sc.

Kata kinerja berasal dari kata “*to perform*” yang berarti melakukan, menjalankan atau melaksanakan, sehingga kinerja merupakan melakukan sesuatu sesuai yang diharapkan seseorang atau organisasi (Williams, 1979). Robbins (1993) menjelaskan bahwa kinerja merupakan suatu hasil yang dicapai menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan. Graham & Bennett (1998) menyebutkan bahwa kinerja sebagai tingkat pencapaian misi organisasi. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 249 Tahun 2011 menyatakan kinerja adalah prestasi kerja berupa keluaran dari suatu kegiatan atau hasil dari suatu program dengan kuantitas dan kualitas terukur. Afandi (2018) menyebutkan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. Kinerja Pemerintah Daerah pada penelitian ini didefinisikan sebagai prestasi kerja pemerintah daerah tentang capaian kinerja makro dan kinerja penyelenggaraan pemerintahan daerah serta kinerja pelaksanaan tugas pembantuan.

Penilaian kinerja merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui tingkat pencapaian strategi yang ditetapkan suatu organisasi dan mengidentifikasi kendala dan penyebab ketidakberhasilan strategi tersebut serta untuk mengetahui tingkat efisiensi dan efektifitas organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Susetyo, 2013). Organisasi pemerintah daerah dituntut untuk terus meningkatkan kinerja organisasi, karena kinerja pemerintah yang baik dapat mendorong tumbuhnya kepuasan publik (Beeri *et al.*, 2019; Weitz-Shapiro, 2008); menumbuhkan kepercayaan publik (Bone, 2017); legitimasi dan dukungan publik yang tumbuh dan berkembang (Ahyaruddin & Akbar, 2016; Ashworth *et al.*, 2009; Blume & Voigt, 2011); nilai organisasi yang terus tumbuh (Hermawan & Maf’ulah, 2014; Kurniati, 2019); nilai investasi yang semakin besar (Desbordes & Wei, 2017; Maqbool & Zamir, 2020) dan keberlangsungan hidup organisasi

yang lebih terjamin (Paeleman & Vanacker, 2015; Puslit *et al.*, 2008; Tanios & Alamsjah, 2009).

Kinerja Pemerintah Daerah dapat diukur dengan beberapa pengukuran seperti: kinerja ekonomi, kinerja politik, kinerja administrasi, dan kinerja institusi (Hue & Tung-Wen Sun, 2022); kinerja pelayanan publik dengan dimensi pelayanan sesuai kebutuhan dan pelaksanaan pelayanan sesuai peraturan (Priono *et al.*, 2019); persepsi efisiensi, daya tanggap, dan hasil layanan (García-Juan *et al.*, 2019); kinerja keuangan dengan proksi rasio ketergantungan dan rasio belanja modal (Hadi *et al.*, 2018); indeks kinerja penyelenggaraan pemerintahan yang bersumber dari Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia (Sutopo *et al.*, 2017; Wardhani *et al.*, 2017); membandingkan belanja pemerintah dengan outputnya berupa: jumlah penerima hibah, jumlah siswa sekolah dasar, jumlah pembuangan sampah, luas fasilitas rekreasi umum, dan panjang infrastruktur jalan (Ashworth *et al.*, 2014).

Pengukuran Kinerja Pemerintah Daerah pada penelitian ini menggunakan indeks kinerja penyelenggaraan pemerintahan daerah berdasarkan (Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 18 Tahun 2020) yang bersumber dari Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No. 18 Tahun 2020 ini merupakan petunjuk teknis dari (Peraturan Pemerintah No. 13 Tahun 2019) tentang Laporan dan Evaluasi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. Pengukuran ini dipakai dengan argumentasi (1) pengukuran ini merupakan pengukuran yang terbaru yang dipakai oleh seluruh pemerintah daerah di Indonesia saat ini; (2) pengukuran ini sangat komprehensif karena memuat berbagai aspek, baik yang bersifat makro maupun mikro; (3) pengukuran ini disusun melalui kajian ilmiah yang melibatkan pakar dan akademisi; (4) memiliki kekuatan hukum yakni Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No. 18 Tahun 2020; dan (5) pengukuran ini telah dilakukan pengujian kepada beberapa pihak, seperti: akademisi, pakar, Kementerian Dalam Negeri, dan pemerintah kabupaten/kota dengan hasil 91% responden menyatakan bahwa pengukuran ini merupakan pengukuran yang lengkap.

5.1 Pengawasan Legislatif atas Penganggaran

Undang-Undang No.23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 149 Ayat (1) menyebutkan bahwa DPRD memiliki 3 (tiga) fungsi, yakni (1) pembentukan peraturan daerah; (2) anggaran; dan (3) pengawasan. Yahya (2006) mendefinisikan pengawasan sebagai kegiatan untuk menjamin bahwa tujuan organisasi dapat tercapai. Kadarisman (2013) menyatakan pengawasan merupakan tindakan untuk mengendalikan suatu pekerjaan agar sesuai dengan hasil yang diinginkan. Penganggaran merupakan proses menyusun rencana keuangan yakni pendapatan dan pembiayaan, kemudian mengalokasikan dana ke masing-masing kegiatan sesuai dengan sasaran yang hendak dicapai (Nurkholis & Khusaini, 2019). Definisi Pengawasan Legislatif atas Penganggaran pada penelitian ini adalah pengawasan yang dilakukan legislatif untuk menentukan besaran nilai APBD masing-masing pemerintah kabupaten/kota sesuai potensi daerah.

Penganggaran merupakan proses menyusun rencana keuangan yakni pendapatan dan pembiayaan, kemudian mengalokasikan dana ke masing-masing kegiatan sesuai dengan sasaran yang hendak dicapai (Nurkholis & Khusaini, 2019). Penyusunan rencana keuangan oleh pemerintah daerah dalam bentuk Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (RAPBD) harus memperhatikan prinsip-prinsip tertib, efisien, ekonomis, efektif, transparan, dan bertanggung jawab dengan memperhatikan rasa keadilan, kepatutan, manfaat untuk masyarakat dan taat pada ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga RAPBD yang dihasilkan mencerminkan strategi yang terukur dari pemerintah daerah untuk mencapai kinerjanya (Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 64 Tahun 2020).

Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Pasal 152 Ayat 1 menjelaskan bahwa RAPBD yang disusun pemerintah daerah harus diawasi melalui pembahasan oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Proses pembahasan RAPBD dilakukan melalui Badan Anggaran sebagai alat kelengkapan DPRD (Undang-Undang No. 17 Tahun 2014 pasal 110 ayat 1). Pembahasan RAPBD oleh DPRD merupakan bentuk pengawasan preventif untuk mencegah penyalahgunaan APBD yang berakibat pada kebocoran keuangan daerah sehingga berdampak pada meningkatnya kinerja pemerintah daerah (Setiyowati & Ispriyarso, 2019). Tellier (2015) menyatakan bahwa pembahasan rancangan anggaran dapat memecahkan beberapa masalah, sehingga mempercepat pencapaian kinerja organisasi. Handayani (2009) menyatakan bahwa semakin baik pengawasan oleh DPRD dalam perencanaan anggaran dapat menghasilkan RAPBD yang rasional. Perencanaan yang rasional memberikan arah yang jelas pencapaian kinerja, sehingga memudahkan organisasi mencapai kinerjanya (Boyne & Williams, 2003).

Pengawasan Legislatif atas Penganggaran dapat diukur dengan proses pengambilan keputusan (Bourdeaux, 2008). Krafchik & Wehner (1998) menyatakan, Pengawasan Legislatif atas Penganggaran dapat diukur menggunakan kekuatan Legislatif dalam merubah usulan anggaran. Lane (1985) menyatakan bahwa kewaspadaan legislatif, rekomendasi legislatif, dan kesepakatan legislatif dapat digunakan mengukur Pengawasan Legislatif atas Penganggaran. Penelitian ini memakai besaran nilai APBD pemkab/pemkot untuk mengukur Pengawasan Legislatif atas Penganggaran dengan alasan karena besaran nilai APBD pemkab/pemkot merupakan produk dari sebuah proses pembahasan penganggaran oleh legislatif untuk memastikan bahwa perencanaan anggaran beserta program-program yang diusulkan pemerintah daerah berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat. Proses pembahasan penganggaran tersebut merupakan manifestasi dari Pengawasan Legislatif atas Penganggaran.

5.2 Pengawasan Legislatif atas Pelaksanaan Anggaran

Pengertian pelaksanaan anggaran berdasarkan Permendagri No. 13 Tahun 2006 adalah “dokumen yang memuat pendapatan, belanja, dan pembiayaan yang digunakan sebagai dasar pelaksanaan anggaran oleh pengguna anggaran”. Salwah (2019) mendefinisikan pelaksanaan anggaran sebagai tindakan merealisasikan perencanaan anggaran yang telah dibuat melalui berbagai kegiatan pembangunan. Pengertian Pengawasan Legislatif atas Pelaksanaan Anggaran pada penelitian ini didefinisikan sebagai kegiatan pengawasan

yang dilakukan legislatif untuk menjamin terlaksananya pembangunan sesuai rencana yang disepakati.

Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) yang telah disahkan DPRD melalui peraturan daerah merupakan amanah rakyat yang harus segera dilaksanakan oleh pemerintah daerah. Pelaksanaan APBD oleh pemerintah daerah tentunya dapat memicu bergeraknya ekonomi daerah yang sekaligus mendorong peningkatan kinerja pemerintah daerah dibidang ekonomi, pelayanan publik, dan bidang lainnya (Thanh, Hart & Canh, 2020; Olayungbo & Olayemi, 2018). Pengawasan pelaksanaan APBD oleh DPRD sangat diperlukan agar pelaksanaan APBD tidak menyimpang dan sesuai rencana, sehingga pelaksanaan APBD benar-benar dapat memberikan manfaat bagi peningkatan Kinerja Pemerintah Daerah dibidang ekonomi, pelayanan publik, dan bidang lainnya. Pengawasan pelaksanaan APBD oleh DPRD dijelaskan pada Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Pasal 149 Ayat 1 yang menyatakan bahwa DPRD memiliki fungsi pengawasan atas pelaksanaan APBD yang bertujuan mengarahkan pada pencapaian Kinerja Pemerintah Daerah.

Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Pasal 159 menyatakan bahwa pengawasan DPRD terhadap pelaksanaan APBD dapat diimplementasikan melalui penggunaan hak-hak yang dimiliki DPRD meliputi hak interpelasi, hak angket dan menyatakan pendapat. (Jati, Wisnaeni & Indarja, 2016) menyatakan bahwa bentuk pengawasan DPRD atas pelaksanaan APBD melalui *public hearing* dan kunjungan kerja daerah yang bertujuan untuk menjamin pencapaian Kinerja Pemerintah Daerah. Johansson & Siverbo (2014) menyatakan pengawasan anggaran dimaksudkan untuk mengendalikan penyimpangan anggaran, sehingga program kerja dapat berjalan secara maksimal dan kinerja organisasi dapat tercapai. Adongo & Jagongo (2013) menyatakan pengawasan anggaran yang baik dapat meningkatkan penerimaan pendapatan dan meningkatkan efisiensi belanja atau pengeluaran organisasi.

Pengukuran Pengawasan Legislatif atas Pelaksanaan Anggaran dapat dilakukan dengan beberapa pengukuran, diantaranya: Rapat Dengar Pendapat (RDP), kunjungan lapangan dan transparansi proses pengadaan (Reykers, 2021); tindak lanjut hasil pemeriksaan BPK-RI (Hasibuan, 2020); pengawasan reaktif (Lagassé & Saideman (2017); tindakan korektif legislatif (Kariem & Purwaningsih, 2018); pemeriksaan lapangan (Stapenhurst *et al.*, 2018); jumlah kegiatan pengawasan legislatif dan kualitas kegiatan pengawasan legislatif (Nwagwu, 2014). Rasio realisasi APBD merupakan pengukuran yang digunakan pada riset ini untuk mengukur Pengawasan Legislatif atas Pelaksanaan Anggaran (Djauhari & Ridwan, 2015). Pengukuran ini dipilih karena rasio realisasi APBD menggambarkan kemampuan legislatif dalam mengawasi pelaksanaan anggaran oleh eksekutif.

5.3 Pengawasan Legislatif atas Pertanggungjawaban Anggaran

Krina (2003) mendefinisikan akuntabilitas merupakan prinsip yang menjamin setiap kegiatan penyelenggaraan pemerintahan dapat dipertanggungjawabkan secara terbuka oleh pelaku kepadapihak yang terkena dampak penerapan kebijakan. Mardiasmo (2009) menjelaskan bahwa akuntabilitas adalah pertanggungjawaban kepada publik atas setiap

aktivitas yang dilakukan. Domai (2002) berpandangan bahwa akuntabilitas adalah kewajiban bagi pengelola keuangan daerah untuk bertindak selaku penanggung jawab dan penanggung gugat atas segala tindakan dan kebijaksanaan yang ditetapkannya. Pengawasan Legislatif atas Pertanggungjawaban Anggaran pada penelitian ini didefinisikan sebagai pengawasan yang dilakukan legislatif untuk menjamin bahwa pertanggungjawaban pelaksanaan anggaran oleh eksekutif sesuai dengan Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP).

Undang-Undang No. 17 Tahun 2003 Pasal 31 Ayat 1 dan 2 menyatakan pelaksanaan APBD oleh pemerintah daerah selama periode 1 Januari sampai dengan 31 Desember harus dipertanggungjawabkan kepada DPRD. Pertanggungjawaban pelaksanaan APBD dilakukan dengan menyampaikan laporan keuangan meliputi: Laporan Realisasi APBD, Neraca, Laporan Arus Kas, dan Catatanatas Laporan Keuangan yang telah diaudit oleh Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia (BPK RI) kepada DPRD selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah tahun anggaran berakhir. Audit laporan keuangan pemerintah daerah oleh Badan Pemeriksa Keuangan menghasilkan opini audit. Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2004 terdapat 4 (empat) jenis opini yang diberikan oleh BPK RI atas pemeriksaan laporan keuangan pemerintah daerah meliputi: Wajar Tanpa Pengecualian (WTP), Wajar Dengan Pengecualian (WDP), Tidak Wajar (TW), dan Tidak Memberikan Pendapat (TMP).

Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Pasal 71 Ayat 3 menyatakan laporan pertanggungjawaban pelaksanaan APBD selanjutnya dibahas oleh DPRD. Pembahasan ini merupakan bentuk pengawasan DPRD atas pertanggungjawaban pelaksanaan APBD. Pengawasan ini penting dilakukan oleh DPRD untuk menjamin bahwa pertanggungjawaban anggaran oleh pemerintah daerah telah sesuai dengan peraturan yang ada dan sekaligus untuk menilai keberhasilan pemerintah daerah dalam mencapai kinerjanya (Abidin & Herawati, 2018). Pengawasan DPRD atas pertanggungjawaban pelaksanaan APBD memicu pemerintah daerah untuk menerapkan Standar Akuntansi Pemerintahan dengan benar, sehingga menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas. Laporan keuangan yang berkualitas ditandai dengan opini audit, semakin baik opini audit mencerminkan akuntabilitas yang semakin baik (Fan, 2012; Pearson, 2014; Rahayu & Fidiana, 2018). Akuntabilitas yang semakin baik dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi, sehingga kinerja organisasi dapat meningkat (Ahyaruddin & Amrillah, 2018; Siddi, 2016; Sutopo *et al.*, 2017).

Pengukuran Pengawasan Legislatif atas Pertanggungjawaban Anggaran pada studi ini menggunakan rasio kesesuaian tindaklanjut rekomendasi, yakni membandingkan jumlah kesesuaian tindaklanjut rekomendasi dengan total rekomendasi BPK-RI. Pengukuran ini dilakukan karena rasiokesesuaian tindaklanjut rekomendasi menggambarkan komitmen pemerintah daerah untuk memperbaiki pertanggungjawaban anggarannya agar sesuai Standar Akuntansi Pemerintahan(SAP) yang berlaku.

5.4 Pakta Integritas

Idemudia et al., (2010) mendefinisikan Pakta Integritas sebagai instrumen anti-korupsi proaktif yang dirancang untuk mencegah korupsi. Pakta Integritas adalah dokumen yang ditandatangani dan mengikat otoritas kontrak untuk mematuhi praktik terbaik dan transparansi maksimal (Transparency International, 2002). Peraturan Menteri PANRB No. 49 Tahun 2011 Pasal 1 Ayat 1 menyatakan Pakta Integritas merupakan dokumen yang berisi pernyataan atau janji kepada diri sendiri tentang komitmen melaksanakan seluruh tugas, fungsi, tanggung jawab, wewenang dan peran sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan kesanggupan untuk tidak melakukan korupsi, kolusi, dan nepotisme. Penelitian ini mendefinisikan Pakta Integritas sebagai integritas eksekutif untuk melaksanakan tugas, fungsi, tanggung jawab, wewenang sesuai undang-undang serta kesanggupan untuk tidak melakukan korupsi, kolusi, dan nepotisme.

Pelaksanaan Pakta Integritas di Indonesia diatur oleh Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 49 Tahun 2011 tentang pedoman umum Pakta Integritas di lingkungan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah. Pelaksanaan Pakta Integritas bertujuan untuk (1) memperkuat pencegahan dan pemberantasan korupsi; (2) menumbuhkembangkan keterbukaan dan kejujuran serta memperlancar pelaksanaan tugas yang berkualitas, efektif, efisien, dan akuntabel; (3) mewujudkan Pemerintah Indonesia yang maju, mandiri, bertanggungjawab, dan bermartabat dengan dilandasi nilai-nilai luhur budaya bangsa, UUD 1945, dan Pancasila (Pasal 3 Peraturan Menteri PANRB No. 49 Tahun 2011).

Pelaksanaan Pakta Integritas pada organisasi pemerintah daerah sangat penting, karena dapat menumbuhkan dan meningkatkan integritas pejabat daerah dan seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN). Integritas yang rendah tentunya dapat menimbulkan perilaku permisif, yakni sikap yang selalu membolehkan dan mengizinkan semuanya. Perilaku permisif ini sangat berbahaya karena dapat menimbulkan pelanggaran hukum sehingga menghambat bahkan menggagalkan kinerja organisasi (Yendrawati & Narastuti, 2014). Integritas yang tinggi dapat melahirkan sikap profesional dan kejujuran agen dalam melaksanakan pekerjaan organisasi. Sikap profesionalisme agen yang semakin baik dalam bekerja dapat menyelesaikan pekerjaan secara efisien dan efektif sehingga kinerja organisasi dapat meningkat (Kadarisman, 2011; Nasri, Aeni & Haque, 2019; Nurrohmat, 2022). Sikap kejujuran agen dapat melahirkan organisasi yang bersih. Organisasi yang bersih mendorong agen bekerja secara maksimal tanpa tekanan sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi (Idemudia *et al.*, 2010).

Pakta Integritas dapat diukur dengan beberapa pengukuran, diantaranya: akuntabilitas publik (Prateepornnarong, 2022); indeks integritas (Shah, Hao, Yan, Yasmeen, Padda & Ullah, 2022); indeks integritas (Alhassan *et al.*, 2020); transparansi dan akuntabilitas (Idemudia *et al.*, 2010); konsistensi kata dan tindakan, pemenuhan janji, dan kejujuran (Engelbrecht, Heine & Mahembe, 2017); kejujuran, kesepakatan integritas, prinsip-prinsip yang sehat, dan sistem nilai yang baik (Xie & Peng, 2009). Penelitian ini mengukur Pakta Integritas menggunakan skor penilaian integritas pemerintah daerah dari KPK-RI (Alhassan *et al.*, 2020; Shah *et al.*, 2022). Pengukuran ini dipilih dengan alasan (1) konsep penilaian integritas pemerintah daerah dari KPK-RI sama seperti konsep integritas

menurut Peraturan Menteri PANRB No. 49 Tahun 2011; (2) sampai saat ini belum ada kementerian yang melakukan penilaian integritas pemerintah daerah; (3) KPK-RI memiliki penilaian integritas pemerintah daerah dan merupakan lembaga eksternal yang sangat dipercaya masyarakatsaat ini.

5.5 Dana Insentif Daerah

Hasibuan (2010) menyatakan bahwa Insentif merupakan tambahan balas jasa yang diberikan kepada manajer dan karyawan tertentu yang prestasinya di atas standar. Nawawi (2008) mendefinisikan Insentif sebagai penghargaan yang sifatnya tidak tetap dan diberikan oleh organisasi untuk memotivasi pekerja agar kinerjanya lebih baik. Peraturan Menteri Keuangan No. 160 Tahun 2021 Pasal 1 Ayat 6 menyatakan Dana Insentif Daerah adalah dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang diberikan kepada daerah tertentu berdasarkan kriteria tertentu sebagai bentuk penghargaan atas perbaikan dan atau pencapaian kinerja tertentudi bidang tata kelola keuangan daerah, pelayanan umum pemerintahan, pelayanan dasar publik, dan kesejahteraan masyarakat. Definisi Dana Insentif Daerah pada penelitian ini adalah dana yang diterima pemerintah daerah dari pemerintah pusat sebagai penghargaan atas pencapaian kinerja tertentu.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2020) menyatakan bahwa kriteria untuk mendapatkan Dana Insentif Daerah adalah nilai kinerja utama dan kinerja tambahan pemerintah daerah harus di atas 75 atau di atas kriteria "C". Kinerja utama meliputi: (1) opini WTP atas LKPD; (2) penetapan Perda APBD tepat waktu; dan (3) penggunaan *e-government (e-budgeting dan e-procurement)*. Kinerja tambahan meliputi: (1) kesehatan fiskal dan pengelolaan keuangan daerah dengan indikator penilaian: kemandirian daerah, efektivitas pengelolaan belanja daerah, *creative financing, mandatory spending*, dan ketepatan waktu pelaporan; (2) pelayanan dasar publik bidang pendidikan dengan indikator penilaian: angka partisipasi murni, peta mutu pendidikan, dan rata-rata nilai ujian nasional; (3) pelayanan dasar publik bidang kesehatan dengan indikator penilaian: penanganan *stunting*, imunisasi lengkap, dan persalinan di fasilitas kesehatan; (4) pelayanan dasar publik bidang infrastruktur dengan indikator penilaian: akses sanitasi layak dan sumber air minum layak; (5) kesejahteraan masyarakat dengan indikator penilaian: penurunan penduduk miskin dan IPM; (6) pelayanan umum pemerintahan dengan indikator penilaian: penyelenggaraan pemerintah daerah, perencanaan pembangunan daerah, Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP), dan inovasi pemerintah daerah; (7) peningkatan ekspor; (8) peningkatan nilai investasi; dan (9) pengelolaan sampah plastik.

Pemberian Insentif oleh organisasi pada umumnya dimaksudkan untuk memotivasi pegawai meningkatkan kinerjanya, sehingga kinerja organisasi juga meningkat (Sung, Choi & Kang, 2017). Dana Insentif Daerah juga diberikan dengan maksud untuk mendorong pemerintah daerah di Indonesia meningkatkan kinerjanya (Peraturan Menteri Keuangan No. 8 Tahun 2014 Pasal 2). Pemberian Insentif juga dimaksudkan untuk mengurangi masalah keagenan. Konflik keagenan terjadi karena adanya perbedaan kepentingan yang

dipicu oleh keinginan agen untuk memaksimalkan kesejahteraannya (Jensen & Meckling, 1976). Konflik keagenan yang semakin besar dapat memicu pemborosan sumber daya dan menghambat pekerjaan sehingga pencapaian kinerja yang telah ditetapkan sebelumnya menjadi terhambat bahkan tidak dapat tercapai (Kim & Lee, 2003). Dana Insentif Daerah yang diberikan kepada pemerintah daerah diharapkan dapat memicu pemerintah daerah meningkatkan kinerjanya. Pemerintah daerah yang memiliki kinerja baik dapat dipercaya oleh rakyat (Bone, 2017). Rakyat yang percaya bereaksi positif terhadap kebijakan dan peraturan pemerintah, seperti patuh untuk membayar pajak (Walle & Six, 2014). Kondisi ini berakibat pada makin meningkatnya pendapatan daerah dan selanjutnya berdampak pada meningkatnya kesejahteraan agen dan prinsipal. Kesejahteraan agen yang semakin meningkat dapat meminimalisir konflik keagenan sehingga kinerja organisasi dapat meningkat (Jensen & Meckling, 1976).

Dana Insentif dapat diukur menggunakan jumlah dana insentif yang diterima (Duchoslav & Cecchi, 2019); besaran nilai dana insentif yang diterima (Jiang, 2018); besaran nilai insentif keuangan yang diterima (Peabody *et al.*, 2014). Pengukuran yang digunakan untuk mengukur Dana Insentif Daerah pada penelitian ini adalah nilai rupiah Dana Insentif Daerah yang diterima pemerintah kabupaten/kota dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Pengukuran ini dipilih karena nilai rupiah Dana Insentif Daerah yang diterima pemerintah kabupaten/kota mencerminkan nilai penerimaan yang sesungguhnya atas Dana Insentif Daerah, sehingga dapat memacu pemerintah kabupaten/kota berkinerja lebih baik untuk segera mewujudkan kesejahteraan bagi rakyat (prinsipal).

5.6 Korupsi

Undang-Undang No. 31 Tahun 1999 Pasal 2 Ayat 1 mendefinisikan Korupsi sebagai tindakan melawan hukum untuk memperkaya diri sendiri atau orang lain atau suatu korporasi, menyalahgunakan kewenangan, kesempatan atau sarana yang ada padanya karena jabatan atau kedudukan yang dapat merugikan keuangan negara atau perekonomian negara. *World Bank* (1997) menyatakan Korupsi sebagai penyalahgunaan jabatan publik untuk keuntungan pribadi. Treisman (2000) mendefinisikan Korupsi sebagai penyalahgunaan sumber daya publik untuk kepentingan pribadi. Korupsi didefinisikan sebagai tindakan menggunakan kekuatan jabatan publik untuk keuntungan pribadi melalui cara yang bertentangan dengan peraturan yang berlaku (Jain, 2001). Korupsi pada riset ini didefinisikan sebagai tindakan penyalahgunaan wewenang, kesempatan atau sarana oleh pejabat pemerintah daerah untuk memperkaya diri sendiri atau orang lain atau suatu korporasi yang dapat merugikan keuangan negara atau perekonomian negara.

Tindakan Korupsi dapat dikelompokkan menjadi 7 (tujuh) kategori, yaitu: (1) kerugian keuangan negara, (2) suap-menyuap, (3) penggelapan dalam jabatan, (4) pemerasan, (5) perbuatan curang, (6) benturan kepentingan dalam pengadaan, dan (7) gratifikasi. Bologna (1993) menyatakan penyebab Korupsi adalah *greed* (kerakusan), *opportunity* (kesempatan), *need* (kebutuhan), dan *expose* (hukuman yang ringan). Klitgaard (1988) menyatakan Korupsi disebabkan oleh adanya monopoli kekuasaan. Rasul (2009)

menyatakan penyebab Korupsi di Indonesia adalah tidak dilaksanakannya prinsip *good governance* dalam penyelenggaraan negara.

Korupsi merupakan virus yang dapat merugikan keuangan negara atau perekonomian negara (Undang-Undang No. 31 Tahun 1999 Pasal 2 Ayat 1). Chen, Liu & Lee, (2020) menyatakan Korupsi yang semakin tumbuh dan berkembang dapat berdampak pada menurunnya kinerja organisasi. Habib, Abdelmonen & Khaled, (2020) menyatakan Korupsi yang semakin tinggi mengakibatkan kinerja lingkungan yang makin buruk. D'Agostino, Dunne & Pieroni, (2016) menyatakan Korupsi yang terus meningkat dapat mereduksi pertumbuhan ekonomi. Timmons & Garfias (2015) menyatakan Korupsi yang tinggi mengakibatkan menurunnya penerimaan pendapatan pemerintah dari sektor pajak, sehingga kinerja keuangan juga menurun. Sharma & Mitra (2015) menyatakan Korupsi yang semakin tinggi dapat menurunkan nilai investasi sehingga menimbulkan pengangguran yang tinggi.

Korupsi dapat diukur dengan beberapa pengukuran, diantaranya: jumlah hukuman kejahatan korupsi yang diputus pengadilan (Romano *et al.*, 2021); indeks persepsi korupsi (Emara, 2020; Habib, Abdelmonen & Khaled, 2020; Kurniawan, Ratnasari & Mustika, 2020); jumlah kasus korupsi yang disidik KPK (Alfada, 2019); jumlah kasus korupsi yang terjadi pada suatu daerah (Ahyaruddin & Amrillah, 2018); pembayaran suap (Sharma & Mitra, 2015;); besarnya kerugian negara dari temuan audit BPK-RI (Sarwono, Rahmawati, Aryani & Probahudono, 2018). Penelitian ini mengukur Korupsi dengan indeks persepsi korupsi. Pengukuran ini dipakai karena indeks persepsi korupsi merupakan indikator pengukuran yang resmi dan telah banyak digunakan oleh pemerintah di berbagai negara (termasuk Indonesia) untuk mengukur tingkat Korupsi di suatu negara.

5.7 Ukuran Pemerintah Daerah

Nugroho & Prasetyo (2018) menyatakan Ukuran Pemerintah Daerah merupakan salah satu karakteristik pemerintah daerah yang menunjukkan seberapa besar organisasi pemerintah daerah. Ukuran pemerintah daerah dapat ditunjukkan dengan besarnya aset pemerintah daerah (Noviyanti & Kiswanto, 2016). Ukuran Pemerintah Daerah dapat juga dilihat dari nilai PDB (Afonso & Jalles, 2016; Martins & Veiga, 2014); total pendapatan dan belanja (Afonso & Furceri, 2010; Bergh & Karlsson, 2010); total penerimaan pajak dan belanja (Agell, Ohlsson & Thoursie, 2006; Fölster & Henrekson, 2001); jumlah pegawai (Arifin, 2013; Choe, 1996). Keberadaan jumlah pegawai yang cukup dan handal sangat penting bagi organisasi untuk mendukung implementasi program kerja secara maksimal sehingga kinerja organisasi dapat meningkat, sedangkan organisasi yang kekurangan pegawai dapat menghambat penyelesaian pekerjaan sehingga pencapaian kinerja organisasi menjadi terhambat (Mujiasih, 2015).

Pemerintah daerah yang besar tentunya memiliki sumber daya keuangan, sumber daya alam, dan sumber daya manusia yang besar sehingga dapat membantu kegiatan operasional pemerintah daerah yang selanjutnya dapat meningkatkan Kinerja Pemerintah Daerah (Kiswanto & Fatmawati, 2019; Kusumawardani, 2012). Organisasi yang tergolong

besar pada umumnya lebih diperhatikan dibandingkan organisasi yang kecil oleh pihak eksternal seperti investor, kreditor, masyarakat, dan pihak lainnya terkait dengan aktivitas dan kinerja organisasi. Kondisi ini dikarenakan organisasi yang besar memiliki aktivitas dan kinerja yang berdampak luas bagi masyarakat, sehingga dibutuhkan sumber daya manusia yang cukup memadai dari sisi kuantitas maupun kualitas untuk menyelesaikan permasalahan terkait aktivitas dan kinerja organisasi (Agustia & Suryani, 2018).

Daftar Pustaka

- Abidin, B., & Herawati, R. (2018). Fungsi Pengawasan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah terhadap Pelaksanaan Peraturan Daerah Mengenai Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Di Kabupaten Batang. *Law Reform*, 14(2), 248–261. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i2.20872>
- Adongo, K. O., & Jagongo, A. (2013). Budgetary Control as a Measure of Financial Performance of State Corporations in Kenya. *International Journal of Accounting and Taxation*, 1(1), 38–57.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Konsep dan Indikator*. Zanafa Publishing. http://elib.ubb.ac.id//index.php?p=show_detail&id=10837
- Afonso, A., & Furceri, D. (2010). Government Size, Composition, Volatility and Economic Growth. *European Journal of Political Economy*, 26(4), 517–532. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2010.02.002>
- Afonso, A., & Jalles, J. T. (2016). Economic Performance, Government Size, and Institutional Quality. *Empirica*, 43(1), 83–109. <https://doi.org/10.1007/s10663-015-9294-2>
- Agell, J., Ohlsson, H., & Thoursie, P. S. (2006). Growth Effects of Government Expenditure and Taxation in Rich Countries: A Comment. *European Economic Review*, 50(1), 211–218. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2004.11.006>
- Agustia, Y. P., & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 10(1), 71–82. <https://doi.org/10.17509/jaset.v10i1.12571>
- Ahyaruddin, M., & Akbar, R. (2016). The Relationship between the Use of a Performance Measurement System, Organizational Factors, Accountability, and the Performance of Public Sector Organizations. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 31(1), 1–22. <https://doi.org/10.22146/jieb.10317>
- Ahyaruddin, M., & Amrillah, M. F. (2018). Faktor Penentu Kinerja Pemerintah Daerah. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(3), 471–468. <https://doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9028>
- Alfada, A. (2019). The Destructive Effect of Corruption on Economic Growth in Indonesia: A Threshold Model. *Heliyon*, 5(10), 152–169. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02649>
- Alhassan, A., Usman, O., Ike, G. N., & Sarkodie, S. A. (2020). Impact Assessment of Trade on Environmental Performance: Accounting for the Role of Government Integrity and Economic Development in 79 Countries. *Heliyon*, 6(9), 67–85. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05046>
- Aminah, Lindrianasari, & Rosmiati. (2016). Good Government Governance and Opinions of the Audit Board of Republik Indonesia. *International Journal Monetary Economics and Finance*, 9(2), 198–211.
- Araujo, J. F. F. E. de, & Tejedro-Romero, F. (2016). Local Government Transparency Index: Determinants of Municipalities' Rankings. *International Journal of Public Sector Management*, 29(4), 327–347. <https://doi.org/10.1108/IJPSM-11-2015-0199>
- Arifin, N. (2013). Pengaruh Ukuran Organisasi & Politicking terhadap Kinerja dan Pengembangan Karir. *Jurnal Economia*, 9(2), 156–165. <https://doi.org/10.21831/economia.v9i2.1806>

- Ashworth, J., Geys, B., Heyndels, B., & Wille, F. (2014). Competition in the Political Arena and Local Government Performance. *Applied Economics*, 46(19), 2264–2276. <https://doi.org/10.1080/00036846.2014.899679>
- Ashworth, R., Boyne, G., & Delbridge, R. (2009). Escape from the Iron Cage? Organizational Change and Isomorphic Pressures in the Public Sector. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 19(1), 165–187. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum038>
- Beeri, I., Uster, A., & Vigoda-Gadot, E. (2019). Does Performance Management Relate to Good Governance? A Study of Its Relationship with Citizens' Satisfaction with and Trust in Israeli Local Government. *Public Performance & Management Review*, 42(2), 241–279. <https://doi.org/10.1080/15309576.2018.1436074>
- Bergh, A., & Karlsson, M. (2010). Government Size and Growth: Accounting for economic freedom and globalization. *Public Choice*, 142(1–2), 195–213. <https://doi.org/10.1007/s11127-009-9484-1>
- Bergman, M., & Lane, J.-E. (1990). Public Policy in a Principal-Agent Framework. *Journal of Theoretical Politics*, 2(3), 339–352. <https://doi.org/10.1177/0951692890002003005>
- Berle, A. A., & Means, G. C. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. Macmillan.
- Blume, L., & Voigt, S. (2011). Does Organizational Design of Supreme Audit Institutions Matter? A Cross-Country Assessment. *European Journal of Political Economy*, 27(2), 215–229. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2010.07.001>
- Bodin, K., & Taks, M. (2022). Unpacking the Public/Government Relationship in the Context of Sport Events: An Agency Theory Approach. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 32(3), 1–15. <https://doi.org/10.1080/19406940.2022.2102669>
- Bologna, J. (1993). *Handbook on Corporate Fraud*. U.S. Department of Justice-Office of Justice Programs. <https://www.ojp.gov/ncjrs>
- Bone, H. (2017). The Effects of Financial and Non-Financial Performances towards The Managerial Performances with Interpersonal Trust as a Mediation Variable. *International Journal of Law and Management*, 59(6), 1190–1202. <https://doi.org/10.1108/ijlma-08-2016-0072>
- Bourdeaux, C. (2008). Integrating Performance Information into Legislative Budget Processes. *Public Performance & Management Review*, 31(4), 547–569. <https://doi.org/10.2753/PMR1530-9576310403>
- Boyne, G., & Gould-Williams, J. (2003). Planning and Performance in Public Organizations An Empirical Analysis. *Public Management Review*, 5(1), 115–132. <https://doi.org/10.1080/146166702200002889>
- Burrell, G., & Morgan, G. (2005). *Sociological Paradigms and Organisational Analysis*. In Ashgate Publishing Limited. <https://doi.org/10.4324/9781315609751-1>
- Chen, C., Liu, C., & Lee, J. (2020). Corruption and the Quality of Transportation Infrastructure: Evidence from the US states. *International Review of Administrative Sciences*, 002085232095318. <https://doi.org/10.1177/0020852320953184>
- Choe, J.-M. (1996). The Relationships among Performance of Accounting Information Systems, Influence Factors, and Evolution Level of Information Systems. *Journal of Management Information Systems*, 12(4), 215–239. <https://doi.org/10.1080/07421222.1996.11518107>
- Christensen, J. G. (1992). Hierarchical and Contractual Approaches to Budgetary Reform. *Journal of Theoretical Politics*, 4(1), 67–91. <https://doi.org/10.1177/0951692892004001004>
- D'Agostino, G., Dunne, J. P., & Pieroni, L. (2016). Government Spending, Corruption and Economic Growth. *World Development*, 84(3), 190–205. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.03.011>
- Damodaran, A. (1997). *Corporate Finance*. John Wiley.
- Dawson, G. S., Denford, J. S., Williams, C. K., Preston, D., & Desouza, K. C. (2016). An Examination of Effective IT Governance in the Public Sector Using the Legal View of Agency Theory.

- Journal of Management Information Systems, 33(4), 1180–1208.
<https://doi.org/10.1080/07421222.2016.1267533>
- Desbordes, R., & Wei, S. J. (2017). The Effects of Financial Development on Foreign Direct Investment. *Journal of Development Economics*, 127, 153–168.
<https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2017.02.008>
- Djauhari, D., & Ridwan, A. (2015). Fungsi Pengawasan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Terhadap Kinerja Pemerintahan Daerah Dalam Mewujudkan Aparatur Pemerintahan Yang Bersih Bebas Dari Korupsi Kolusi Nepotisme (KKN). *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 2(2), 173–184. <https://doi.org/10.26532/jph.v2i2.1427>
- Domai, T. (2002). Reinventing Keuangan Daerah: Studi Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah. *Jurnal Administrasi Negara*, 2(2), 51–56.
- Duchoslav, J., & Cecchi, F. (2019). Do Incentives Matter when Working for God? The Impact of Performance-Based Financing on Faith-Based Healthcare in Uganda. *World Development*, 113, 309–319. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.09.011>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57–74. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4279003>
- Emara, A. M. (2020). The Impact of Corruption on Human Development in Egypt. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 574–589.
<https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.105.574.589>
- Engelbrecht, A. S., Heine, G., & Mahembe, B. (2017). Integrity, Ethical Leadership, Trust and Work Engagement. *Leadership & Organization Development Journal*, 38(3), 368–379.
<https://doi.org/10.1108/LODJ-11-2015-0237>
- Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of Ownership and Control. *The Journal of Law and Economics*, 26(2), 301–325. <https://doi.org/10.1086/467037>
- Fan, H. (2012). Government Performance Auditing Demand Research Based on the Neo-Institutional Economics. *China Finance Review International*, 2(2), 100–120.
<https://doi.org/10.1108/20441391211215806>
- Fölster, S., & Henrekson, M. (2001). Growth Effects of Government Expenditure and Taxation in Rich Countries. *European Economic Review*, 45(8), 1501–1520.
[https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(00\)00083-0](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(00)00083-0)
- García-Juan, B., Escrig-Tena, A. B., & Roca-Puig, V. (2019). The Empowerment–Organizational Performance Link in Local Governments. *Personnel Review*, 48(1), 118–140.
<https://doi.org/10.1108/PR-09-2017-0273>
- Graham, H. T., & Bennett, R. (1998). *Human Resources Management*. London Pitman.
https://www.worldcat.org/title/human-resources-management/oclc/757220727&referer=brief_results
- Guba, G. (1990). *The Alternative Paradigm Dialog*. SAGR Publications.
- Habib, S., Abdelmonem, S., & Khaled, M. (2020). The Effect of Corruption on The Environmental Quality in African Countries: a Panel Quantile Regression Analysis. *Journal of the Knowledge Economy*, 11(2), 788–804. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0571-8>
- Hadi, A., Handajani, L., & Putra, I. N. N. A. (2018). Financial Disclosure Based on Web-ICT Determinants: Its Implications for Local Government Financial Performance in Indonesia. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5(1), 72–85.
- Halim, A., & Abdullah, S. (2006). Hubungan dan Masalah Keagenan di Pemerintahan Daerah: Sebuah Peluang Penelitian Anggaran dan Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Pemerintahan*, 2(1), 53–64. <https://www.researchgate.net/profile/Syukriy-Abdullah-2/publication/273257684>
- Handayani, B. D. (2009). Pengaruh Reformasi Penyusunan Anggaran terhadap Kualitas APBD Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Akuntans*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.15294/jda.v1i1.1910>

- Hasibuan, D. H. (2020). The Effect of Legislative Oversight, Budget Transparency, and Internal Auditor Quality on Local Government Performance with Total Asset Moderation: A Case Study In Indonesia. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 24(6), 1–13.
- Hasibuan, M. S. . (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Cetakan 14)*. Bumi Aksara. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=25162>
- Hermawan, S., & Maf'ulah, A. N. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 6(2), 103–118. <https://doi.org/10.15294/jda.v6i2.3250>
- Hue, T. H. H., & Tung-Wen Sun, M. (2022). Democratic Governance: Examining the Influence of Citizen Participation on Local Government Performance in Vietnam. *International Journal of Public Administration*, 45(1), 4–22. <https://doi.org/10.1080/01900692.2021.1939713>
- Idemudia, U., Cragg, W., & Best, B. (2010). The Challenges and Opportunities of Implementing the Integrity Pact as a Strategy for Combating Corruption in Nigeria's Oil Rich Niger Delta Region. *Public Administration and Development*, 30(4), 277–290. <https://doi.org/10.1002/pad.576>
- Jain, A. K. (2001). Corruption: A Review. *Journal of Economic Surveys*, 15(1), 71–121. <https://doi.org/10.1111/1467-6419.00133>
- Jati, P. A., Wisnaeni, F., & Indarja. (2016). Pelaksanaan Fungsi Pengawasan DPRD Kabupaten Wonogiri Menurut Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah. *Diponegoro Law Review*, 5(2), 1–13.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Jiang, J. (2018). Making Bureaucracy Work: Patronage Networks, Performance Incentives, and Economic Development in China. *American Journal of Political Science*, 62(4), 982–999. <https://doi.org/10.1111/ajps.12394>
- Johansson, T., & Siverbo, S. (2014). The Appropriateness of Tight Budget Control in Public Sector Organizations Facing Budget Turbulence. *Management Accounting Research*, 25(4), 271–283. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2014.04.001>
- Kadarisman, M. (2013). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Raja Grafindo Persada. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=849565>
- Kadarisman, M. (2011). The Effect of Professionalism and Competence on The Performance of Regional Representatives Council. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 18(1), 53–62.
- Kariem, M. Q., & Purwaningsih, T. (2018). Analisis Fungsi Pengawasan DPRD Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terhadap Implementasi Keistimewaan. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 9(2), 61–81. <https://doi.org/10.14710/politika.9.2.2018.61-81>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Arah Kebijakan Dana Insentif Daerah 2020*. Kementerian Keuangan RI.
- Kim, B., & Lee, I. (2003). Agency Problems and Performance of Korean Companies during the Asian Financial Crisis: Chaebol vs. non-Chaebol Firms. *Pacific-Basin Finance Journal*, 11(3), 327–348. [https://doi.org/10.1016/S0927-538X\(03\)00027-1](https://doi.org/10.1016/S0927-538X(03)00027-1)
- Kiswanto, K., & Fatmawati, D. (2019). Determinan Kinerja Pemerintah Daerah: Ukuran Pemda, Leverage, Temuan Audit dan Tindak Lanjutnya. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(1), 44–54. <https://doi.org/10.33603/jka.v3i1.1689>
- Klitgaard, R. (1988). *Controlling Corruption*. University of California Press. <https://www.ucpress.edu/book/9780520074088/controlling-corruption>
- Krafchik, W., & Wehner, J. (1998). The Role of Parliament in the Budget Process. *South African Journal of Economics*, 66(4), 512–541.

- Krina, P. (2003). Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi. Sekretariat Good Governance Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Kurniati, S. (2019). Stock Returns and Financial Performance as Mediation Variables in the Influence of Good Corporate Governance on Corporate Value. *Corporate Governance*, 19(6), 1289–1309. <https://doi.org/10.1108/CG-10-2018-0308>
- Kurniawan, Y., Ratnasari, R. T., & Mustika, H. (2020). The Corruption and Human Development to the Economic Growth of OIC Countries. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 189–200.
- Kusumawardani, M. (2012). Pengaruh Size, Kemakmuran, Ukuran Legislatif, Leverage terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Di Indonesia. *Accounting Analysis Journal*, 1(1), 76–87. <https://doi.org/10.15294/aaj.v1i1.453>
- Lagassé, P., & Saideman, S. M. (2017). Public Critic or Secretive Monitor: Party Objectives and Legislative Oversight of the Military in Canada. *West European Politics*, 40(1), 119–138. <https://doi.org/10.1080/01402382.2016.1240409>
- Lane, E. (1985). Legislative Oversight of an Executive Budget Process: Impoundments in New York. *Pace Law Review*, 5(2), 211–221.
- Maqbool, S., & Zamir, N. (2020). Corporate Social Responsibility and Institutional Investors: The Intervening Effect of Financial Performance. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(2), 238–252. <https://doi.org/10.1108/jeas-08-2019-0089>
- Mardiasmo. (2009). Akuntansi Sektor Publik. Andi. <https://onesearch.id/Record/IOS3420.slims-50666>
- Maria, E., & Halim, A. (2021). E-Government dan Korupsi: Studi Di Pemerintah Daerah, Indonesia dari Perspektif Teori Keagenan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 40–58. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4789>
- Martins, S., & Veiga, F. J. (2014). Government Size, Composition of Public Expenditure, and Economic Development. *International Tax and Public Finance*, 21(4), 578–597. <https://doi.org/10.1007/s10797-014-9313-4>
- Mitchell, R., & Meacheam, D. (2011). Knowledge Worker Control: Understanding via Principal and Agency Theory. *The Learning Organization*, 18(2), 149–160. <https://doi.org/10.1108/09696471111103740>
- Moe, T. M. (1984). The New Economics of Organization. *American Journal of Political Science*, 28(4), 739–777.
- Mujiasih, E. (2015). Hubungan antara Persepsi Dukungan Organisasi (Perceived Organizational Support) dengan Keterikatan Karyawan (Employee Engagement). *Jurnal Psikologi Undip*, 14(1), 40–51.
- Nasri, R., Aeni, N., & Haque, M. G. (2019). Determination of Professionalism and Transparency and Its Implications for the Financial Performance of Zakat Institutions. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 785–806. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1158>
- Nawawi, H. (2008). Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis yang Kompetitif. Gadjah Mada University Press. <https://ugmpress.ugm.ac.id>
- Noviyanti, N. A., & Kiswanto, K. (2016). Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah, Temuan Audit BPK terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah. *Accounting Analysis Journal*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.15294/aaj.v5i1.9759>
- Nugroho, T. R., & Prasetyo, N. E. (2018). Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten & Kota Di Jawa Timur. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 7(1), 27. <https://doi.org/10.25273/jap.v7i1.1823>
- Nurkholis, & Khusaini, M. (2019). Penganggaran Sektor Publik. Universitas Brawijaya Press.
- Nurrohmat, N. (2022). The Effects of Professionalism and Behavior by Organizational Citizenship (OCB) as Mediating Variables on the Effect of Personality on Performance (A Study on

- Makassar Police). *International Journal of Quality & Reliability Management*, 39(4), 1040–1058. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-08-2018-0219>
- Nwagwu, E. J. (2014). Legislative Oversight in Nigeria: A Watchdog or a Hunting Dog. *Journal of Law, Policy and Globalization*, 22(3), 16–30.
- Olayungbo, D. O., & Olayemi, O. F. (2018). Dynamic Relationships among Non-Oil Revenue, Government Spending and Economic Growth in an Oil Producing Country: Evidence from Nigeria. *Future Business Journal*, 4(2), 246–260. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2018.07.002>
- Paeleman, I., & Vanacker, T. (2015). Less is More, or Not? On the Interplay between Bundles of Slack Resources, Firm Performance and Firm Survival. *Journal of Management Studies*, 52(6), 819–848. <https://doi.org/10.1111/joms.12135>
- Peabody, J. W., Shimkhada, R., Quimbo, S., Solon, O., Javier, X., & McCulloch, C. (2014). The Impact of Performance Incentives on Child Health Outcomes: Results from a Cluster Randomized Controlled Trial in the Philippines. *Health Policy and Planning*, 29(5), 615–621. <https://doi.org/10.1093/heapol/czt047>
- Pearson, D. (2014). Significant Reforms in Public Sector Audit – Staying Relevant in Times of Change and Challenge. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 10(1), 150–161. <https://doi.org/10.1108/JAOC-06-2013-0054>
- Pepper, A., & Gore, J. (2012). Behavioral Agency Theory: New Foundations for Theorizing About Executive Compensation. *Journal of Management*, 41(4), 1045–1068. <https://doi.org/10.1177/0149206312461054>
- Peraturan Pemerintah No.13 Tahun 2019. Tentang Laporan dan Evaluasi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah.
- Peraturan Menteri Keuangan No.8 Tahun 2014. Tentang Pedoman Umum dan Alokasi Dana Insentif Daerah Tahun Anggaran 2014.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No.64 Tahun 2020. Tentang Pedoman Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2021.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No.18 Tahun 2020. Tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Pemerintah No.13 Tahun 2019 Tentang Laporan dan Evaluasi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah.
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara & Reformasi Birokrasi No.49 Tahun 2011. Tentang Pedoman Umum Pakta Integritas Di Lingkungan Kementerian/lembaga dan Pemerintah Daerah.
- Prateepornnarong, D. (2022). Holding Public Procurement Socially Accountable: The Adoption of the Integrity Pact Approach and the Role of the Independent Observers. *Public Integrity*, 24(3), 243–253. <https://doi.org/10.1080/10999922.2021.1958563>
- Priono, H., Yuhertiana, I., Sundari, S., & Puspitasari, D. S. (2019). Role of Financial Management in the Improvement of Local Government Performance. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(1), 77–86.
- Puslit, T. Y. Z., Yadrifil, Y., & Lithrone, L. (2008). Perencanaan Strategi dalam upaya menyelaraskan Tujuan Organisasi dan Tujuan Karyawan dengan Pendekatan Total Performance Scorecard (Studi Kasus Departemen Internal Audit Perusahaan Minyak dan Gas Bumi). *Jurnal Teknik Industri*, 10(2), 138–150. <https://doi.org/10.9744/jti.10.2.pp.%20138-150>
- Rahayu, F. I. S., & Fidiana, F. (2018). Derterminan Kualitas Opini Audit Pemerintah Daerah. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(2), 267–279. <https://doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9016>
- Romano, G., Masserini, L., & Lombardi, G. V. (2021). Environmental Performance of Waste Management: Impacts of Corruption and Public Maladministration in Italy. *Journal of Cleaner Production*, 288(4), 125–139. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125521>
- Salwah, A. (2019). Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Pelaksanaan Anggaran terhadap Serapan Anggaran Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) pada Pemerintah Kota Banda Aceh. *Transformasi Administrasi*, 9(2), 164–182. <https://doi.org/2887084>

- Sanders, G., & Carpenter, M. A. (2003). Strategic Satisficing? A Behavioral--Agency Theory Perspective On Stock Repurchase Program Announcements. *Academy of Management Journal*, 46(2), 160–178. <https://doi.org/10.2307/30040612>
- Saragih, H. A., & Setyaningrum, D. (2021). Can Re-election Strengthen The Relationship between Local Government Spending and Financial Performance? *International Symposia in Economic Theory and Econometrics*, 28, 69–82. <https://doi.org/10.1108/S1571-038620210000028005>
- Tellier, G. (2015). Improving the Relevance of Parliamentary Institutions: An Examination of Legislative Pre-budget Consultations in British Columbia. *The Journal of Legislative Studies*, 21(2), 192–212. <https://doi.org/10.1080/13572334.2014.953841>
- Thanh, S. D., Hart, N., & Canh, N. P. (2020). Public Spending, Public Governance and Economic Growth at the Vietnamese Provincial Level: A Disaggregate Analysis. *Economic Systems*, 44(4), 107–119. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2020.100780>
- Timmons, J. F., & Garfias, F. (2015). Revealed Corruption, Taxation, and Fiscal Accountability: Evidence from Brazil. *World Development*, 70(2), 13–27. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.12.011>
- Transparency International. (2002). The Integrity Pact: Concep, Model and Present Applications. Transparency International. <https://www.transparency.org/en/tool-integrity-pacts>
- Treisman, D. (2000). The Causes of Corruption: A Cross-National Study. *Journal of Public Economics*, 76(3), 399–457. [https://doi.org/10.1016/S0047-2727\(99\)00092-4](https://doi.org/10.1016/S0047-2727(99)00092-4)
- Undang-Undang No.31 Tahun 1999. Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.
- Walle, S. Van De, & Six, F. (2014). Trust and Distrust as Distinct Concepts: Why Studying Distrust in Institutions is Important. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 16(2), 158–174. <https://doi.org/10.1080/13876988.2013.785146>
- Wardhani, R., Rossieta, H., & Martani, D. (2017). Good Governance and the Impact of Government Spending on Performance of Local Government in Indonesia. *Int. J. of Public Sector Performance Management*, 3(1), 78–102.
- Weitz-Shapiro, R. (2008). The Local Connection: Local Government Performance and Satisfaction with Democracy in Argentina. *Comparative Political Studies*, 41(3), 285–308. <https://doi.org/10.1177/0010414006297174>
- Williams, E. B. (1979). *The Scribner-Bantam English Dictionary*. Bantam. <https://www.amazon.com/Scribner-Bantam-English-Dictionary-Edwin-Williams/dp/0553264966>
- Wiseman, R. M., & Gomez-Mejia, L. R. (1998). A Behavioral Agency Model of Managerial Risk Taking. *The Academy of Management Review*, 23(1), 133–153. <https://doi.org/10.2307/259103>
- World Bank. (1997). *Helping Countries Combat Corruption : The Role of the World Bank*. World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/799831538245192753/Helping-countries-combat-corruption-the-role-of-the-World-Bank>
- Xie, Y., & Peng, S. (2009). How to Repair Customer Trust after Negative Publicity: The Roles of Competence, Integrity, Benevolence, and Forgiveness. *Psychology and Marketing*, 26(7), 572–589. <https://doi.org/10.1002/mar.20289>
- Yendrawati, R., & Narastuti, N. R. (2014). Pengaruh Integritas, Obyektivitas, Kerahasiaan, dan Kompetensi terhadap Kinerja Auditor Pemerintah. *Journal of Accounting and Investment*, 15(1), 28–35.
- Zogning, F. (2017). Agency Theory: A Critical Review. *European Journal of Business and Management*, 9(2), 1–8.

6 Manajemen Laba

Prof. Dr. Rahmawati, M.Si., Ak. , CA.

Sri Murni, S.E, M.Si, Ak.

Dr. Siti Arifah, M.Si, Ak.

Schipper (1989) mendefinisikan manajemen laba adalah intervensi yang disengaja dalam proses pelaporan keuangan eksternal, dengan maksud memperoleh sejumlah keuntungan pribadi. Manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan dan dalam menyusun transaksi untuk mengubah laporan keuangan untuk menyesuaikan beberapa pemangku kepentingan tentang kinerja ekonomi yang mendasari perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang bergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan (Healy & Wahlen, 1999). Manajemen laba dapat dicapai melalui pemotongan pengeluaran atau melakukan transaksi khusus untuk memanipulasi akrual yang belum diterjemahkan ke dalam arus kas (Prencipe, Markarian, & Pozza, 2008). Misalnya ketentuan untuk risiko dan biaya, kapitalisasi biaya, penurunan nilai aset, depresiasi dan biaya amortisasi (Nelson, Elliott, & Tarpley 2002). Selain itu, manajemen laba dapat dicapai dengan mengambil keuntungan dari fleksibilitas yang ditawarkan oleh peraturan dan standar akuntansi (Abuaddous, Hanefah, & Laili, 2014). Berdasarkan definisi manajemen laba dan definis tentang kualitas laba mengindikasikan bahwa laba mencerminkan kinerja saat ini, data laba berguna untuk memprediksi kinerja masa depan, dan data laba secara akurat mencerminkan nilai perusahaan intrinsic. Hal ini berarti bahwa adanya manajemen laba akan menurunkan kualitas laba.

Keputusan manajemen laba dapat menyangkut kebijakan akuntansi, dan/ atau tindakan nyata. Dengan cara ini, manajer dapat memengaruhi penghasilan untuk mencapai beberapa target spesifik. Scott (2012) menyatakan bahwa perusahaan dapat mengadopsi berbagai pola untuk melakukan manajemen laba, yaitu:

1. Maksimalisasi pendapatan (*income maximization*): perusahaan mencoba untuk meningkatkan laba bersih yang dilaporkan. Dengan demikian, mereka dapat memperoleh pembiayaan dengan biaya lebih rendah atau menghindari pelanggaran perjanjian utang, misalnya dengan mengkapitalisasi biaya, manajer dapat menunda pengakuan biaya.
2. Minimalisasi pendapatan (*income minimization*): perusahaan mencoba mengurangi laba bersih yang dilaporkan. Kemungkinan alasan yang memotivasi pilihan ini adalah untuk menghindari melaporkan keuntungan yang terlalu tinggi, misalnya, manajer dapat bermain dengan pemilihan metode.

3. Perataan laba (*income smoothing*): perusahaan mungkin lebih suka melaporkan *smooth earnings*. Sebagai contoh, manajer bertujuan untuk memperoleh tingkat bonus yang konstan. Mereka dapat membuat cadangan tersembunyi di tahun-tahun yang baik untuk melaporkan tingkat pendapatan yang konstan.
4. *Taking a bath*: begitu perusahaan harus melaporkan kerugian, maka cenderung melaporkan yang besar. Teknik yang paling umum adalah penghapusan aset dalam jumlah besar, dan biaya untuk biaya di masa depan. Dengan cara ini, akan ada peluang yang lebih tinggi untuk melaporkan laba di masa depan.

Beberapa metodologi telah dikembangkan untuk mengukur manajemen laba dengan tepat. Metodologi ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori besar; model akrual dan model non-akrual. Model yang disarankan oleh Jones (1991) dianggap sebagai tonggak dalam pendekatan akrual. Akrual akuntansi terdiri dari akrual normal (*non-discretionary*), yang ditentukan secara ekonomi, dan akrual abnormal (*discretionary*), yang ditentukan oleh manajemen (McNichols, 2000). Mayoritas literatur manajemen laba menggunakan *discretionary accrual* sebagai proksi yang tepat untuk manajemen laba (DeAngelo 1986; Beneish, 2001).

6.1 Model Healy

Healy (1985) menggunakan *total accrual* sebagai proksi untuk manajemen laba. *Total accruals* (ACC_t) yang mencakup komponen *discretionary* (DA_t) dan *non-discretionary* (NDA_t), dihitung sebagai berikut:

$$ACC_t = NAt + DA_t$$

Rata-rata total akrual selama periode estimasi sebelum periode peristiwa (*test*) digunakan sebagai ukuran *non-discretionary accrual* yang ditentukan sebagai berikut:

$$NDAC_\tau = \frac{\sum_t ACC_t}{T}$$

NDAC adalah estimasi *non-discretionary accrual*; ACC adalah *total accrual*; T adalah *lagged total aset*; τ adalah tahun-tahun yang termasuk dalam periode estimasi; dan t adalah tahun yang menunjukkan periode kejadian. Komponen *discretionary accrual* selama periode kejadian merupakan perbedaan antara total akrual pada periode tersebut dan estimasi *non-discretionary accrual*.

6.2 Model Jones

Jones (1991) memperkenalkan pendekatan regresi yang mengontrol faktor-faktor *non-discretionary* yang mempengaruhi akrual. Model Jones (1991) mengasumsikan bahwa perubahan dalam pendapatan dan tingkat aset tetap, adalah dua variabel yang menjelaskan tingkat akrual yang tidak dikelola (normal) terkait dengan transaksi ekonomi perusahaan. Perubahan dalam pendapatan menyiratkan perubahan dalam akun modal kerja, sedangkan tingkat aset tetap menentukan biaya penyusutan (Perry & Williams 1994). Regresi memberikan koefisien dalam periode estimasi, yang digunakan dalam periode pengujian untuk memperkirakan akrual yang tidak dikelola. Kemudian, akrual yang dikelola adalah residual regresi dalam periode pengujian.

Prosedur Model Jones untuk mengidentifikasi komponen *discretionary* melalui tahapan:

- a. Menentukan *non-discretionary accruals* (NDAC) pada periode kejadian diperkirakan sebagai fungsi dari perubahan pendapatan dan tingkat aset tetap dengan regresi berikut:

$$NDA_{it} = \hat{\alpha} \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \hat{\beta}_1 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \hat{\beta}_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

A adalah total aset; ΔREV adalah perubahan dalam pendapatan, diukur dengan pendapatan pada tahun berjalan dikurangi pendapatan pada tahun sebelumnya; PPE adalah aset tetap (*property, plant & equipment*); i adalah perusahaan (1, ..., N perusahaan); t adalah tahun (1, ..., T tahun); dan $\hat{\alpha}$, $\hat{\beta}_1$ dan $\hat{\beta}_2$ estimasi parameter spesifik perusahaan. Estimasi parameter spesifik perusahaan dihasilkan dengan menggunakan *ordinary least square* (OLS) dalam periode estimasi dengan model berikut:

$$\left[\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} \right] = \hat{\alpha} \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \epsilon_{it}$$

- b. Menentukan *discretionary accruals* (DAC) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DAC_{it} = \left(\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} \right) - \hat{\alpha} \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) - \hat{\beta}_1 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) - \hat{\beta}_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

$\hat{\alpha}$, $\hat{\beta}_1$ dan $\hat{\beta}_2$ menunjukkan estimasi OLS dari α , β_1 , dan β_2 .

6.3 Model Modified Jones

Perubahan penjualan kredit dapat menjadi sumber manajemen laba. Dechow, Sloan, & Sweeney (1995) memodifikasi Model Jones dan menyesuaikan perubahan pendapatan dengan mengurangi perubahan piutang yang sesuai pada periode kejadian. Model Modified Jones mengendalikan transaksi ekonomi dan kebijakan kredit perusahaan. Pada Model *Modified Jones*, tahap pertama memperkirakan akrual normal yaitu dengan rumus:

$$TA_t = NI_{it} + CFO_{it}$$

Selanjutnya, *total accrual* (TA) diestimasi *Ordinary Least Square* dengan formula sebagai berikut:

$$\left[\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} \right] = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \epsilon_{it}$$

Langkah selanjutnya, akrual normal dilakukan regresi terhadap aset tetap dan perubahan pendapatan, disesuaikan dengan perubahan piutang, menggunakan estimasi koefisien dari tahap kedua. Ketika suatu perusahaan tidak mengelola laba dalam periode estimasi dan mengelola piutang pada periode kejadian, akrual penjualan kredit adalah normal pada periode estimasi dan abnormal pada periode kejadian. Berdasarkan Model *Modified Jones*, koefisien β_1 , dan β_2 dan β_3 diperkirakan pada tahap pertama dengan cara yang sama seperti pada Model Jones. Kemudian, parameter tersebut digunakan untuk memperkirakan *non-discretionary accruals* dengan model berikut:

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{TA_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} \right)$$

ΔREC adalah perubahan piutang, diukur dengan piutang pada tahun berjalan dikurangi piutang pada tahun sebelumnya, dan semua variabel lainnya seperti yang didefinisikan sebelumnya. Model Modified Jones secara implisit mengasumsikan bahwa semua perubahan dalam penjualan kredit pada periode kejadian dihasilkan dari manajemen laba. Dechow *et al.* (1995) berpendapat bahwa lebih mudah bagi manajer untuk melakukan kebijaksanaan atas pengakuan pendapatan pada penjualan kredit daripada penjualan tunai. Hal tersebut dapat dilakukan misalnya dengan mencatat pendapatan pada akhir tahun ketika kas belum diterima yang mengarah ke peningkatan piutang, dan pada akhirnya meningkatkan total akrual.

Tahap terakhir, *discretionary accrual* (DA) ditentukan dengan menggunakan rumus:

$$DA_{it} = \left(\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} \right) - NDA_{it}$$

6.4 Model Kothari

Kothari, Leone, & Wasley (2005) menyatakan bahwa sebagian besar metode yang ada untuk memperkirakan *discretionary accruals* adalah salah dan bias terhadap penolakan hipotesis nol manajemen laba ketika perusahaan mengalami kinerja ekstrim. Kesalahan spesifikasi ini sebagian disebabkan oleh korelasi antara akrual normal dan kinerja perusahaan masa lalu (dan pada periode yang sama) (Dechow *et al.* 1995; Healy 1996; Barth, Cram, & Nelson, 2001). Bias dan kesalahan spesifikasi ini cenderung mengarah pada kesimpulan yang tidak akurat tentang manajemen laba (Kothari, 2001). Dalam upaya untuk memodelkan akrual sebagai fungsi dari kinerja perusahaan, Kothari *et al.* (2005) menawarkan pendekatan berbeda untuk memodifikasi Model Modified Jones dengan menambahkan perubahan *return on assets* (ROA) atau *lagged ROA* (dikenal sebagai *linier-performance-matched Jones model*) dengan persamaan sebagai berikut:

$$TA_{it} = \beta_1 + \beta_2 \left(\frac{1}{TA_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \beta_4 \left(\frac{PPE_{it}}{TA_{it-1}} \right) + \beta_4 ROA_{t-1}$$

6.5 Perkembangan Studi Mengenai Earnings Management

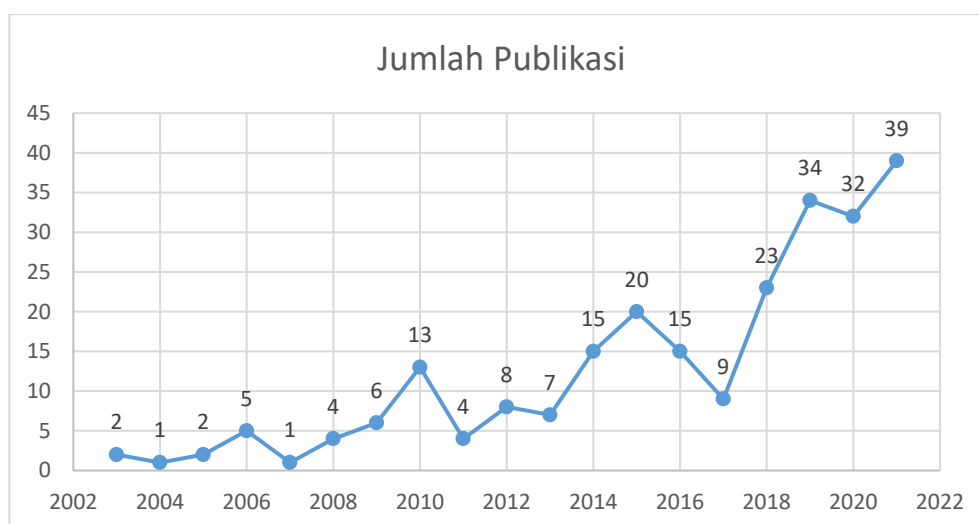
6.5.1 Studi Bibliometrik

Studi bibliometrik dalam penelitian dilakukan untuk mengungkap variabel yang berkembang dari tahun ke tahun sebagai akibat dari para peneliti yang membuat berbagai analisa yang dikaitkan dengan berbagai masalah yang terjadi. Studi bibliometrik merupakan tinjauan literatur yang dilakukan dengan merangkum dan mengevaluasi kumpulan tulisan mengenai atau dikaitkan dengan suatu topik tertentu (Knopf, 2006). Tinjauan literatur yang terstruktur dimaksudkan untuk dapat memetakan dan mengevaluasi literatur yang ada guna mengetahui kesenjangan penelitian serta batasan pengetahuan (Fahimnia, Sarkis, & Davarzani, 2015).

Artikel yang diolah dalam studi bibliometrik pada buku ini diperoleh dari laman <https://www.scopus.com/search/> dengan kata kunci “*earning management*” dan dengan batasan waktu sampai dengan tahun 2021. Dari proses *screening* yang dilakukan tersebut diperoleh sebanyak 240 data, dan selanjutnya dilakukan analisis bibliometrik dengan menggunakan aplikasi VOSviewer yang meliputi: analisis *Co-occurrence* yang ditujukan untuk mengungkap variabel/topik penelitian secara statistik, dan analisis *Co-authorship* yang digunakan untuk menemukan hubungan beberapa peneliti berdasarkan dokumen penelitian yang dihasilkan oleh peneliti.

6.5.2 Perkembangan Jumlah Publikasi

Berdasarkan data yang diperoleh dari laman <https://www.scopus.com/search/> istilah *earning management* muncul dari penelitian yang dilakukan pada tahun 2003. Selanjutnya kuantitas penelitian yang terkait dengan manajemen laba ini secara umum menunjukkan adanya peningkatan, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Grafik Perkembangan Jumlah Publikasi

Gambar 1 menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan kuantitas publikasi di laman scopus.com terkait dengan topik manajemen laba, kecuali pada 2011 dan 2016-2017 yang pada periode ini menunjukkan adanya penurunan. Namun

selanjutnya pada tahun 2018 kembali menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan. Bahkan sampai pada buku ini ditulis, yakni pada bulan Februari 2022 sudah terdapat 11 artikel yang terpublikasi di laman scopus.com dengan topik manajemen laba. Data publikasi artikel yang terkait dengan manajemen laba ini tersebar secara tidak merata ke dalam beberapa jenis publikasi yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Publikasi

Jenis	Jumlah
Article	198
Conference paper	34
Book chapter	12
Review	6

Sumber: scopus.com

Tabel 1 menunjukkan bahwa publikasi terbanyak yakni berupa artikel/paper. Sedangkan publikasi non-artikel menunjukkan jumlah yang jauh lebih sedikit. Hal ini dikarenakan kecenderungan penulis yang mengarahkan publikasinya dalam bentuk publikasi di jurnal, dibandingkan dengan publikasi melalui *conference paper*, *book chapter*, maupun *review*. Pada Tabel 2 berikut ini disajikan 15 jurnal di laman scopus.com yang mempublikasikan topik terkait manajemen laba dengan jumlah yang tertinggi.

Tabel 2. Jurnal yang Mempunyai Tingkat Publikasi Tertinggi

No	Penerbit	Quartil Scopus	Publisher	Jumlah Publikasi
1	Academy of Accounting and Financial Studies Journal	Q4	Allied Business Academies	9
2	Contributions to Management Science	-	Springer Nature Switzerland AG	9
3	Corporate Ownership and Control	-	Virtus Interpress	6
4	International Journal of Scientific and Technology Research	-	International Journal of Scientific and Technology Research	4
5	Journal of Financial Reporting and Accounting	Q2	Emerald Group Publishing Ltd.	4
6	WSEAS Transactions on Business And Economics	Q4	World Scientific and Engineering Academy and Society	4

7	ACM International Conference Proceeding Series	Q3	Association for Computing Machinery (ACM)	3
8	Academy of Strategic Management Journal	Q2	Allied Business Academies	3
9	Accounting	-	Growing Science	3
10	Advances in Environmental Biology	-	American-Eurasian Network for Scientific Information	3
11	International Journal of Finance and Economics	Q2	John Wiley and Sons Ltd	3
12	International Journal of Supply Chain Management	-	ExcelingTech Publishers	3
13	Journal of Asian Finance Economics and Business	Q2	Korea Distribution Science Association (KODISA)	3
14	Life Science Journal	-	Zhengzhou University	3
15	Opcion	-	Universidad del Zulia	3

Sumber: scopus.com

Tabel 2 menunjukkan 15 jurnal yang mempunyai jumlah tertinggi dalam mempublikasikan artikel dengan topik manajemen laba. Pada saat buku ini ditulis (Februari 2022) beberapa jurnal tidak terindeks scopus dikarenakan sudah *discontinue*. Sementara publikasi terkait topik manajemen laba dilakukan pada saat jurnal tersebut masih terindeks di scopus. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa publikasi terkait manajemen laba ini dapat menyasar ke kuartil scopus secara hampir merata. Dari Tabel 2 juga dapat diperhatikan jurnal-jurnal apa saja yang sudah tidak terindeks di scopus sehingga dapat dihindari untuk ke depannya.

1. Artikel dengan Sitasi Tertinggi

Untuk dapat terpublikasi di jurnal yang berkualitas, suatu artikel harus ditulis dengan bobot yang baik. Baik yang dimaksudkan disini mencakup berbagai aspek diantaranya judul dengan topik dan bahasan yang menarik, ditulis dengan sistematis sesuai template yang telah ditentukan, serta mudah dibaca dan dipahami. Semakin baik sebuah artikel, selanjutnya akan mengundang semakin banyak penulis lain untuk mensitasinya. Pada Tabel 3 berikut ini disajikan judul 20 artikel terkait topik manajemen laba yang mempunyai tingkat sitasi tertinggi.

Tabel 3. Artikel dengan Jumlah Sitasi Tertinggi

No	Judul Artikel	Penulis	Tahun Publikasi	Penerbit	Jumlah Sitasi
1	Corporate-sponsored foundations and earnings management	Petrovits, C.M.	2006	Journal of Accounting and Economics 41(3), pp. 335-362	131
2	Discretionary accruals and earning management: An analysis of pseudo earnings targets	Ayers, B.C., Jiang, J., Yeung, P.E.	2006	Accounting Review 81(3), pp. 617-652	100
3	When CEO Career Horizon Problems Matter for Corporate Social Responsibility: The Moderating Roles of Industry-Level Discretion and Blockholder Ownership	Oh, W.-Y., Chang, Y.K., Cheng, Z.	2016	Journal of Business Ethics 133(2), pp. 279-291	83
4	Does the independence of independent directors matter?	Crespí-Cladera, R., Pascual-Fuster, B.	2014	Journal of Corporate Finance 28, pp. 116-134	43
5	What determines the capital structure of real estate companies?: An analysis of the EPRA/NAREIT Europe Index	Morri, G., Cristanziani, F.	2009	Journal of Property Investment & Finance 27(4), pp. 318-372	36
6	Does corporate diversification exacerbate or mitigate earnings management?: An empirical analysis	Jiraporn, P., Kim, Y.S., Mathur, I.	2008	International Review of Financial Analysis 17(5), pp. 1087-1109	35
7	Bank specific and macroeconomics dynamic determinants of credit risk in islamic banks and conventional banks	Waemustafa, W., Sukri, S.	2015	International Journal of Economics and Financial Issues 5(2), pp. 476-481	34
8	The influence of board independence, competency and ownership on earnings management in Malaysia	Johari, N.H., Saleh, N.M., Jaffar, R., Hassan, M.S.	2009	International Journal of Economics and Management 2(2), pp. 281-306	33
9	Business strategy and firm efforts on environmental protection: Evidence from China	Kong, D., Yang, X., Liu, C., Yang, W.	2020	Business Strategy and the Environment 29(2), pp. 445-464	29

No	Judul Artikel	Penulis	Tahun Publikasi	Penerbit	Jumlah Sitasi
10	A cross-country study of legal-system strength and real earnings management	Francis, B., Hasan, I., Li, L.	2016	Journal of Accounting and Public Policy 35(5), pp. 477-512	27
11	Earnings management in islamic and conventional banks: Does ownership structure matter? Evidence from the MENA region	Lassoued, N., Attia, M.B.R., Sassi, H.	2018	Journal of International Accounting, Auditing and Taxation 30, pp. 85-105	24
12	Accrual-based earnings management in state owned companies: Implications for transnational accounting regulation	Capalbo, F., Frino, A., Mollica, V., Palumbo, R.	2014	Accounting, Auditing and Accountability Journal 27(6), pp. 1026-1040	24
13	Pay disparities within top management teams and earning management	Park, K.	2017	Journal of Accounting and Public Policy 36(1), pp. 59-81	23
14	Tax-induced earnings management in emerging markets: Evidence from China	Lin, B., Lu, R., Zhang, T.	2012	Journal of the American Taxation Association 34(2), pp. 19-44	23
15	The effect of management incentives and cross-listing status on the accounting treatment of R&D spending	Landry, S., Callimaci, A.	2003	Journal of International Accounting, Auditing and Taxation 12(2), pp. 131-152	22
16	The role of foreign institutional investors in restraining earnings management activities across countries	Lel, U.	2019	Journal of International Business Studies 50(6), pp. 895-922	21
17	The digital transformation of corporate reporting – a systematic literature review and avenues for future research	Lombardi, R., Secundo, G.	2020	Meditari Accountancy Research 29(5), pp. 1179-1208	20
18	Explicating the impact of hierarchical CEO succession on small-medium enterprises' performance and cash holdings	Sarfraz, M., Shah, S.G.M., Ivascu, L., Qureshi, M.A.A.	2020	International Journal of Finance and Economics Article in Press	19

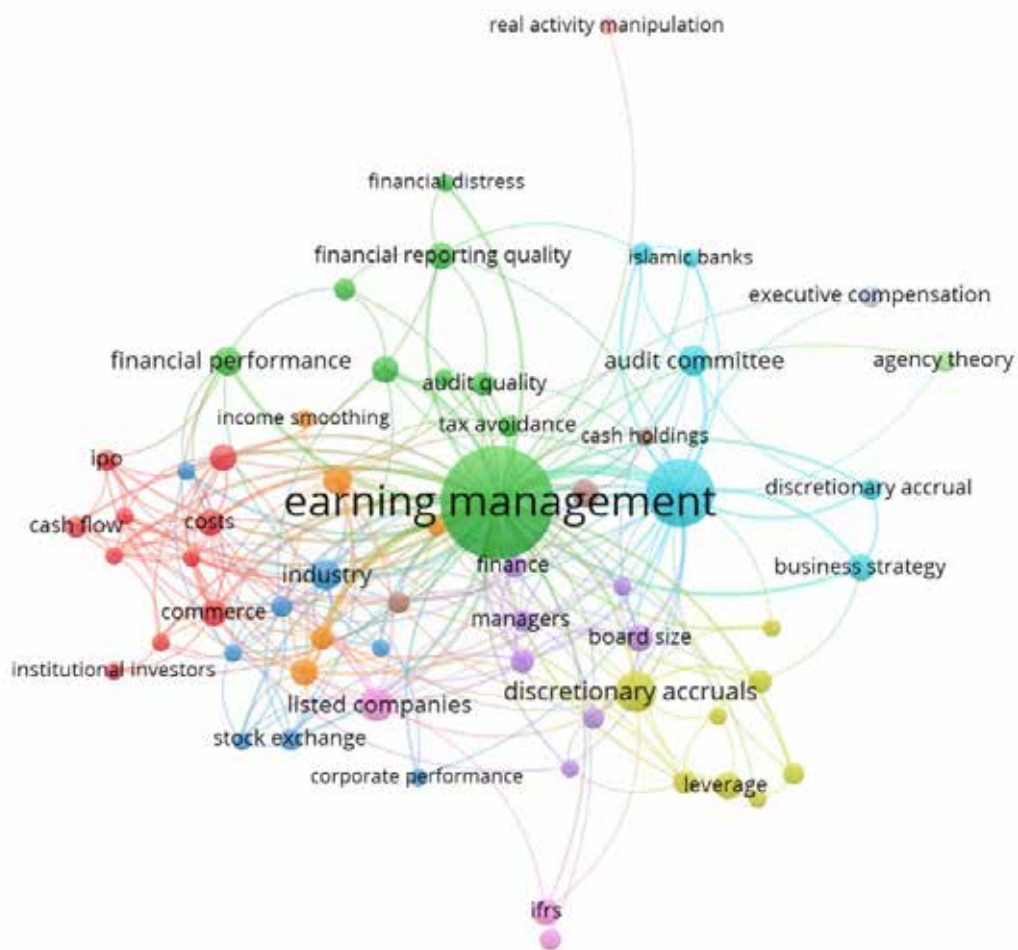
No	Judul Artikel	Penulis	Tahun Publikasi	Penerbit	Jumlah Sitasi
19	Earnings management under price regulation: Empirical evidence from the Spanish electricity industry	Gill-de-Albornoz, B., Illueca, M.	2005	Energy Economics 27(2), pp. 279-304	18
20	Institutional ownership and earning management by bank holding companies	Elyasiani, E., Wen, Y., Zhang, R.	2017	Journal of Financial Research 40(2), pp. 147-178	16

Sumber: scopus.com

Tabel 3 menunjukkan 20 judul artikel terkait topik manajemen laba yang mempunyai sitasi tertinggi. Kuantitas sitasi ini dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya penulis yang kompeten, kajian yang uptodate, dan yang pasti artikel yang mudah dibaca dan dipahami. Dari tabel di atas dapat menjadi pengetahuan dan pembelajaran bagi kita tentang perkembangan mengenai hal-hal berikut: siapa penulis/tokoh terkait topik manajemen laba, bagaimana judul dan bentuk artikel disajikan, dan jurnal apa yang menjadi sasaran publikasi terutama terkait topik manajemen laba. Dengan demikian dapat menjadi gambaran apabila kita menulis topik terkait manajemen laba maka jurnal-jurnal yang tersaji di Tabel 2 dan Tabel 3 dapat menjadi pertimbangan sebagai sasaran publikasi. Di samping itu bagaimana artikel yang baik terkait topik manajemen laba dapat dipelajari dari publikasi di jurnal-jurnal tersebut.

2. Variabel yang Sering Dikaitkan

Sebuah penelitian pada dasarnya dilakukan untuk memberikan kajian atas suatu masalah tertentu sehingga dapat memberikan kontribusi berupa solusi terhadap masalah yang sedang dihadapi tersebut. Dalam sebuah penelitian seringkali digali berbagai hal yang terkait yang pada umumnya dikenal dengan istilah variabel penelitian. Terkait topik manajemen laba terdapat banyak variabel yang dikaitkan sebagaimana disajikan pada Gambar 2. Gambar berikut ini merupakan hasil dari analisa yang dilakukan menggunakan aplikasi VOSviewer. Persamaan warna lingkaran dan warna garis pada Gambar 2 menunjukkan adanya kaitan. Beberapa variabel dengan warna yang sama dapat diartikan bahwa variabel-variabel tersebut ditemukan banyak dikaitkan.



Gambar 2. Jejaring Variabel yang Digunakan dalam Penelitian

Gambar 2 menunjukkan adanya beberapa variabel dengan garis jejaring dan variasi warna. Persamaan warna pada lingkaran dan baris menunjukkan adanya keterkaitan yang selanjutnya pada Tabel 4 digolongkan pada klaster yang sama. Semakin besar lingkaran yang ditunjukkan pada Gambar 2 berarti semakin banyak/sering variabel tersebut digunakan dalam beberapa penelitian.

Tabel 4. Variabel yang Dikaitkan Sesuai dengan Klaster

Variabel	Klaster	Variabel	Klaster
investments	1	finance	5
information management	1	industrial management	5
initial public offerings	1	managers	5
motivation	1	corporate governance mechanism	5
information asymmetry	1	board size	5
commerce	1	managerial ownership	5

Variabel	Klaster	Variabel	Klaster
costs	1	dividend policy	5
cash flow	1	board of directors	6
IPO	1	business strategy	6
institutional investors	1	discretionary accrual	6
accruals	2	audit committee	6
earning management	2	corporate governance	6
stock returns	2	islamic banks	6
tax avoidance	2	management science	7
audit quality	2	shareholders	7
family firms	2	profitability	7
financial reporting quality	2	ownership structure	7
financial performance	2	income smoothing	7
financial distress	2	decision making	8
industry	3	firm performance	8
taxation	3	cash holdings	8
electronic commerce	3	listed companies	9
financial reports	3	IFRS	9
accounting informations	3	supply chain management	9
corporate performance	3	real activity manipulation	10
stock exchange	3	agency theory	11
economic and social effects	3	executive compensation	12
leverage	4		
discretionary accruals	4		
firm value	4		
firm size	4		
ceo duality	4		
financial reporting	4		
corporate social responsibility	4		
ROA	4		

Sumber: data diolah Penulis (2022)

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa suatu variabel biasanya dikaitkan dengan beberapa variabel pada klaster yang sama, yang tentunya dikaitkan dengan topik manajemen laba. Hal demikian dapat menjadi pertimbangan bagi kita bahwa apabila akan melakukan penelitian dengan topik dasar yang sama yakni manajemen laba, variabel-variabel dalam satu klaster dapat dipertimbangkan untuk digunakan, meskipun sangat tidak menutup kemungkinan juga bisa dikaitkan dengan variabel lain. Hal demikian ini tergantung pada masalah yang dihadapi yang menjadi latar belakang penelitian. Selanjutnya pada tabel 5 berikut ini disajikan 20 variabel dengan tingkat *link*/tautan yang tertinggi terkait dengan topik manajemen laba. Semakin tinggi angka tautan menunjukkan semakin sering variabel tersebut digunakan atau dikaitkan dengan manajemen laba.

Tabel 5. Variabel dengan Jumlah Tautan Tertinggi

No	Variabel	Klaster	Tautan
1	corporate governance	6	82
2	industry	3	30
3	profitability	7	26
4	shareholders	7	24
5	listed companies	9	24
6	commerce	1	22
7	costs	1	22
8	industrial management	5	21
9	management science	7	21
10	information management	1	17
11	discretionary accruals	4	17
12	board size	5	17
13	audit committee	6	16
14	information asymmetry	1	15
15	managers	5	15
16	financial reports	3	14
17	initial public offerings	1	13
18	taxation	3	12
19	stock exchange	3	12
20	finance	5	12

Sumber: data diolah Penulis (2022)

Tabel 5 menunjukkan 20 variabel dengan tautan tingkat tertinggi yang digunakan dalam penelitian terkait dengan topik manajemen laba. Variabel yang paling banyak dikaitkan dengan manajemen laba yakni *corporate governance*, yakni sebanyak 82 tautan dari 240 data artikel yang diolah. Variabel lain yang tidak tersaji pada tabel 5 mempunyai angka tingkat tautan di bawah 12. Variabel-variabel yang tidak tersaji tersebut bisa jadi merupakan variabel pengembangan penelitian yang berasal dari perkembangan situasi atau kondisi yang menjadi masalah dalam penelitian.

Perkembangan situasi dan kondisi yang dihadapi di dunia nyata dapat dijadikan sebagai latar belakang dilakukannya penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi dalam rangka menyelesaikan masalah yang dihadapi tersebut. di samping itu pengembangan variabel juga merupakan bentuk kebaruan yang ditawarkan oleh penulis sehingga menjadi pembeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut ini disajikan perkembangan variabel penelitian yang muncul dari tahun 2008–2020.

Tabel 6. Variabel sesuai Perkembangan Tahun

Tahun	Variabel	Tahun	Variabel
2008	investments	2017	firm size
2009	management science decision making information management		institutional investors stock exchange real activity manipulation
2011	industry shareholders profitability		tax avoidance audit quality ceo duality family firms
2012	finance taxation listed companies initial public offerings	2018	financial reporting economic and social effects IFRS board size financial reporting quality financial performance
2013	accruals motivation industrial management information asymmetry managers	2019	financial distress supply chain management islamic banks managerial ownership corporate social responsibility
2014	commerce leverage costs electronic commerce	2020	firm performance dividend policy ROA agency theory cash holdings
2015	cash flow corporate governance mechanism financial reports IPO ownership structure board of directors business strategy		
2016	accounting informations discretionary accrual audit committee corporate performance discretionary accruals earning management firm value income smoothing stock returns executive compensation corporate governance		

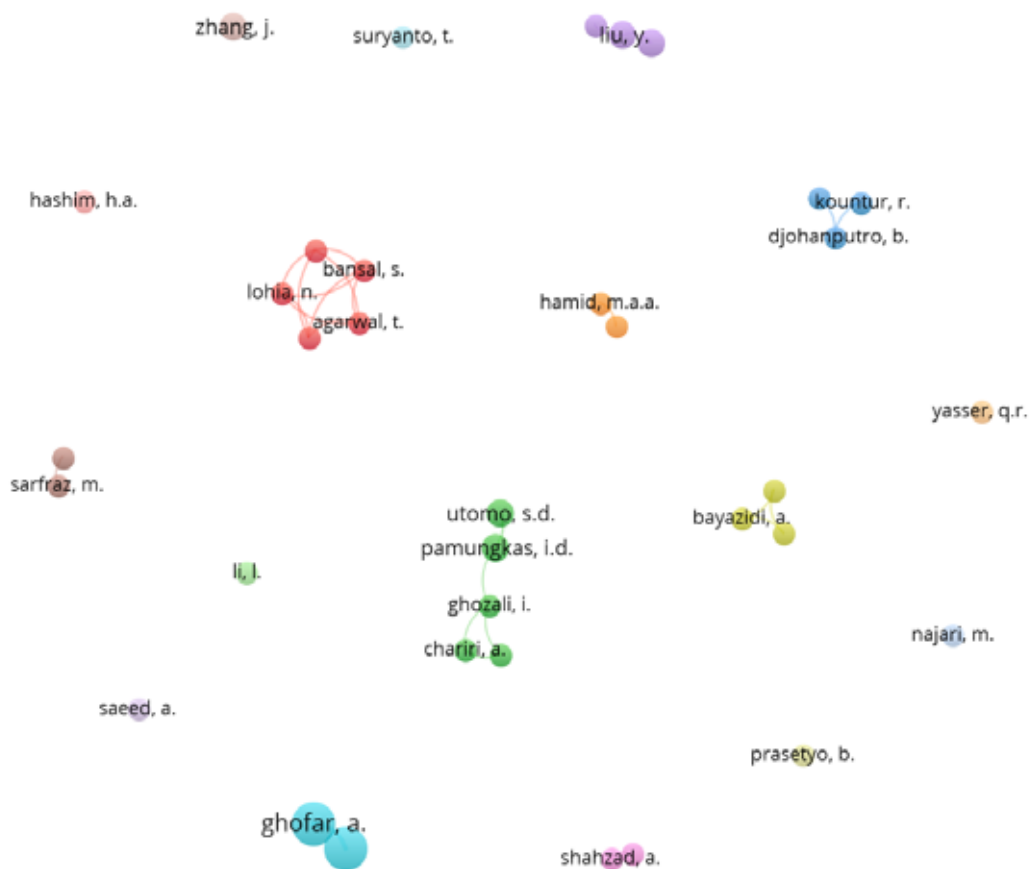
Sumber: data diolah Penulis (2022)

Tabel 6 menunjukkan perkembangan variabel yang terjadi pada pergantian tahun. Meskipun tidak menutup kemungkinan berbagai variabel lain juga tetap menjadi bagian dari penelitian dan publikasi terkait manajemen laba pada tahun-tahun tersebut, namun karena jumlahnya yang relatif kecil sehingga tidak muncul sebagai hasil dari analisa bibliometrik menggunakan aplikasi VOSviewer ini.

Gambar 6 dapat memberikan gambaran kepada kita mengenai trend penelitian dan trend masalah pada masa itu. Perkembangan variabel yang ada pada sebelum tahun 2008 dan setelah tahun 2011 tidak terjaring melalui analisa yang dilakukan, dikarenakan jumlahnya yang relatif sedikit.

3. Author yang Melakukan Publikasi

Seorang penulis atau peneliti dapat melakukan penelitian secara mandiri maupun berkolaborasi dengan peneliti yang lain. Pada umumnya penelitian yang bersifat kolaborasi diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik karena melibatkan pemikiran yang lebih lengkap atau lebih kompleks bila dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan secara sendiri. Bahkan beberapa penelitian dapat dilakukan secara kolaborasi dengan beberapa penulis yang berbeda secara bergantian. Gambar 3 berikut ini menyajikan kolaborasi penulis terkait topik manajemen laba.



Gambar 3. Jejaring Penulis yang Melakukan Penelitian/Publikasi Bersama

Gambar 3 menunjukkan adanya beberapa kolaborasi peneliti/penulis terkait publikasi dengan topik manajemen laba. Warna yang sama dan dihubungkan dengan garis menunjukkan adanya kolaborasi. Gambar dan garis yang lebih kompleks ditunjukkan oleh gambar dengan warna merah yang melibatkan beberapa penulis (Bansal, S; Lohia, N; dan Agarwal, T). Garis yang kompleks menunjukkan bahwa diantara penulis tersebut terjadi kolaborasi silang dan berarti bahwa mereka telah melakukan beberapa publikasi (tidak hanya 1 kali) terkait dengan topik manajemen laba. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tingkat kuantitas publikasi untuk masing-masing author pada Tabel 7.

Tabel 7 menunjukkan bahwa beberapa penulis melakukan penelitian kolaborasi seperti Sehrawat, N.K., Kumar, A., Lohia, N., Bansal, S., Agarwal, T. yang melakukan publikasi pada tahun 2019 di Jurnal *Asian Economic and Financial Review* (9;12) dengan judul “*Impact of corporate governance on earnings management: Large sample evidence from India*”. Pada penelitian lain Ghofar, A., dan Islam, S.M.N. mempublikasikan artikel dengan judul “*Conceptual framework and hypotheses development*” di jurnal *Contributions to Management Science* pada tahun 2015. Sementara Irwandi, S.A., Ghazali, I., Faisal, dan Pamungkas, I.D. mempublikasikan artikel dengan judul “*Detection fraudulent financial statement: Beneish m-score model*” di Jurnal *WSEAS Transactions on Business and Economics* (16;30) pada tahun 2019.

Tabel 7. Penulis yang Mempublikasikan Artikel dengan Topik Manajemen Laba

No	Author	Klaster	Kuantitas Publikasi	No	Author	Klaster	Kuantitas Publikasi
1	Ghofar, A.	6	7	16	Djohanputro, B.	3	2
2	Islam, S.M.N.	6	7	17	Kountur, R.	3	2
3	Liu, Y.	5	3	18	Sari, M.R.	3	2
4	Zhang, Y.	5	3	19	Kangarluei, S.J.	4	2
5	Pamungkas, I.D.	2	3	20	Kavousy, E.	4	2
6	Utomo, S.D.	2	3	21	Bayazidi, A.	4	2
7	Rohman, A.	2	2	22	Hamid, M.A.A.	7	2
8	Chariri, A.	2	2	23	Malek, M.	7	2
9	Ghozali, I.	2	2	24	Sarfraz, M.	8	2
10	Hu, Y.	5	2	25	Shah, S.G.M.	8	2
11	Agarwal, T.	1	2	26	Shahzad, A.	9	2
12	Bansal, S.	1	2	27	Sun, J.	9	2
13	Kumar, A.	1	2	28	Hashim, H.A.	10	2
14	Lohia, N.	1	2	29	Najari, M.	12	2
15	Sehrawat, N.K.	1	2	30	Suryanto, T.	15	2

Sumber: data diolah Penulis (2022)

Dengan gambaran yang disajikan dari hasil studi bibliometrik ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan arah bagi penulis-penulis selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian dengan lebih baik. Yang menjadi acuan utama yakni perkembangan situasi dan kondisi serta masalah yang menjadi latar belakang penelitian, sehingga hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk solusi atas permasalahan yang dihadapi.

Daftar Pustaka

- Knopf, J. W. (2006). Doing a literature review. *PS: Political Science & Politics*, 39(1), 127-132.
- Fahimnia, B., Tang, C. S., Davarzani, H., & Sarkis, J. (2015). Quantitative models for managing supply chain risks: A review. *European journal of operational research*, 247(1), 1-15.

7 Pengungkapan Emisi Karbon

Kiswanto, SE, M.Si., CMA, CIBA, CERA
Prof. Doddy Setiawan, SE, M.Si., Ph.D, Ak.
Dra. Y. Anni Aryani, M.Prof.Acc., Ph.D, Ak.

Akuntansi emisi karbon di Indonesia dilaksanakan dengan tujuan untuk mengurangi emisi karbon akibat aktivitas industri. Hal tersebut sesuai dengan apa yang diamanatkan oleh Protokol Kyoto yang berusaha untuk menjaga suhu bumi agar tidak meningkat hingga 20 celcius dengan cara mengurangi emisi karbon. Pelaksanaan akuntansi karbon di Indonesia sudah diterapkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup melalui *Indonesian National Carbon Accounting Sytem* (INCAS) bagi sektor kehutanan. Namun belum terdapat mekanisme pengungkapan akuntansi yang secara komprehensif dan jelas menjadi panduan dalam pengungkapan emisi karbon sehingga pelaksanaannya bersifat sukarela dengan dilaporkan dalam berbagai macam versi. Sehingga, untuk dapat menilai upaya transparansi pelaksanaan penurunan emisi karbon industri belum dapat dinilai secara baik.

Di sisi lain, perusahaan dituntut untuk dapat berperan dalam upaya pelestarian lingkungan, oleh karena itu kalangan industri harus mampu menyajikan pengungkapan secara transparan dan dapat dipertanggungjawaban. Urgensi penelitian ini diperlukan untuk menemukan model penyajian laporan akuntansi Emisi Karbon yang tepat untuk industri di Indonesia. Selanjutnya penelitian ini akan merumuskan model pengungkapan dan penyajian akuntansi emisi karbon dalam laporan keuangan perusahaan sebagai kebaruan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah 1) Menemukan pola kondisi pengelolaan emisi karbon di Indonesia; 2) Menemukan model pengukuran akuntansi emisi karbon untuk perusahaan di Indonesia; 3) menemukan model pengungkapan Akuntansi Emisi Karbon perusahaan di Indonesia. Populasi sampel penelitian ini adalah perusahaan go publik di Indonesia. Pnelitian ini menggunakan pendekatan *Analytic hierarchy process* dipakai sebagai alat bantu untuk menentukan skala prioritas pemodelan pengungkapan akuntansi emisi karbon di Indonesia. Luaran Penelitian ini adalah JURNAL INTERASIONAL BEREPUTASI terindeks Scopus (Q3). Selain itu penelitian ini akan menghasilkan naskah akademik dan TKT 3 sebagai dasar penyusunan model pengungkapan akuntansi emisi karbon secara komprehensif.

Keprihatinan dunia akan perubahan iklim terus meningkat. Kenaikan suhu bumi menyebabkan kenaikan temperatur udara, laut, pencairan es, dan naiknya permukaan air

laut secara global. Kenaikan suhu bumi tersebut disebabkan oleh akumulasi karbon atau gas rumah kaca di atmosfer bumi. Aktivitas manusia seperti pembakaran bahan bakar fosil untuk industri, penggunaan kendaraan bermotor, dan pembakaran hutan merupakan penyebab terakumulasinya karbon di atmosfer. (Republika, 2018) menyebutkan rasio peningkatan karbondioksida di udara selama 70 tahun terakhir 100 kali lebih tinggi dibandingkan periode akhir zaman es, jumlah karbondioksida saat ini sudah mencapai 145%. Jika tidak ada upaya pengurangan karbon tersebut, bumi akan menghadapi risiko yang berbahaya seperti yang telah terjadi tersebut.

Komitmen dunia untuk menjaga kelestarian bumi dan lingkungan terus berlanjut. Konsep Sustainable Development Goals (SDGs) disetujui pada pertemuan utama PBB pada September 2015 yang merupakan suatu rangkaian tindakan untuk manusia, bumi, dan kesejahteraan (Nations, 2015). SDGs memiliki tujuan pelestarian lingkungan yang cukup banyak dari pada MDGs, dalam kerangka MDGs, lingkungan hanya disebutkan di bawah satu tujuan saja yakni tujuan ke-7, yaitu memastikan kelestarian lingkungan hidup, sedangkan dalam SDGs lingkungan menjadi elemen yang sangat diperhatikan yang mana agenda pembangunan dapat memperkuat peran sentral faktor lingkungan dan memperlakukan faktor lingkungan sebagai dasar bagi semua hasil pembangunan (Statistik, 2014).

Protokol Kyoto mengatur tiga mekanisme dalam mengurangi gas rumah kaca yang meliputi *Clean Development Mechanism* (CDM) yaitu kerjasama antara negara maju dan negara berkembang dalam bentuk investasi dalam proyek yang dapat mengurangi emisi gas rumah kaca (Protocol, 1997). Sementara itu komitmen Indonesia dalam mengurangi karbon dapat dilihat dari Peraturan Presiden No. 61 Tahun 2011 mengenai Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca (RAN-GRK) untuk mendukung penurunan tingkat emisi 26 persen dengan usaha sendiri, atau penurunan 41 persen dengan kerjasama internasional sampai tahun 2020 (KEHUTANAN, 2015). Tiga mekanisme dalam Protokol Kyoto menghendaki dilaksanakannya carbon accounting/ akuntansi karbon. (S. Raditya & Sofian, 2010) menyebutkan carbon accounting adalah proses perhitungan jumlah carbon yang dikeluarkan oleh proses industri, penetapan target pengurangan, pembentukan sistem dan program untuk mengurangi emisi carbon, dan pelaporan perkembangan program tersebut. Dengan akuntansi karbon perusahaan dapat menilai seberapa banyak karbon yang dihasilkan, kemudian manajemen menetapkan strategi pengurangan karbon tersebut dan melaporkan berapa tingkat/ jumlah karbon yang telah berkurang (Dwijayanti, 2011). Penelitian telah banyak dilakukan (Akhiroh & Kiswanto, 2016; S. Raditya & Sofian, 2010; Ulupui et al., 2020) menemukan pentingnya kontribusi industry dalam pengurangan emisi karbon. Namun, penelitian-penelitian itu tidak mengungkapkan standar pengungkapan emisi karbon untuk industry.

Urgensi penelitian ini diperlukan untuk menemukan model pengungkapan dan penyajian laporan akuntansi Emisi Karbon yang tepat untuk industry di Indonesia. Selanjutnya penelitian ini akan merumuskan standar pengukuran, pengungkapan, dan penyajian akuntansi karbon dalam laporan keuangan perusahaan sebagai kebaruan penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Menemukan pola kondisi pengelolaan emisi karbon di Indonesia; 2) Menemukan model pengungkapan akuntansi emisi karbon untuk perusahaan di Indonesia; 3) menemukan model pengungkapan Akuntansi Emisi Karbon perusahaan di Indonesia.

7.1 Legitimacy Theory

Teori legitimasi menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat melalui peraturan yang dibuat oleh pemerintah. (Noviari & Suaryana, 2019) menyebutkan bahwa inti dari teori legitimasi adalah kontrak sosial, yang melibatkan perusahaan dan masyarakat pada lokasi perusahaan tersebut beroperasi. Adanya akuntansi karbon dan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan salah satu langkah untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Legitimasi diperoleh perusahaan jika antara perusahaan dan masyarakat terdapat persamaan hasil yang diharapkan yaitu perusahaan dapat memproduksi tanpa mencemari lingkungan (Deegan et al., 2002), sehingga perusahaan dapat melanjutkan operasi karena masyarakat menganggap bahwa perusahaan telah memperhatikan norma dan peraturan yang berlaku di masyarakat, dengan adanya persamaan hasil tersebut, tidak akan ada pertentangan yang dapat menimbulkan konflik, akan tetapi ketika perbedaan terjadi, perusahaan akan terancam karena tidak dimilikinya legitimasi dari masyarakat yang dapat mengancam eksistensi perusahaan di masyarakat tersebut.

Irwhantoko & Basuki (2016) dan Cahya (2017) menyebutkan bahwa akuntansi karbon merupakan keharusan perusahaan untuk melakukan pengakuan, pengukuran, pencatatan, penyajian dan pengungkapan emisi karbon yang merupakan implikasi dari adanya Protokol Kyoto. Akuntansi karbon memberikan dasar yang jelas kepada manajemen untuk mengambil keputusan terkait dengan upaya pengurangan karbon yang dilakukan perusahaan. (Ja'far & Kartikasari, 2009) (Dawkins & Fraas, 2011) menyebutkan dengan carbon accounting, tiap industri dapat mengukur emisi karbon yang mereka hasilkan, membuat strategi untuk mengurangnya, mencatatnya serta melaporkannya pada stakeholder perusahaan. Ketiga program pengurangan karbon yang diusulkan dalam protokol Kyoto yang meliputi join implementation, clean development mechanism, dan emission trading menghendaki adanya transparansi baik dari segi pembiayaan dan dari segi hasil yang diperoleh atau hasil aktivitas pengurangan karbon yang dilakukan. Dengan akuntansi karbon diharapkan perusahaan dapat melaporkan berapa banyak biaya dan pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas pengurangan karbon serta seberapa besar karbon yang telah berkurang sebagai hasil aktivitas pengurangan karbon (Choi et al., 2013).

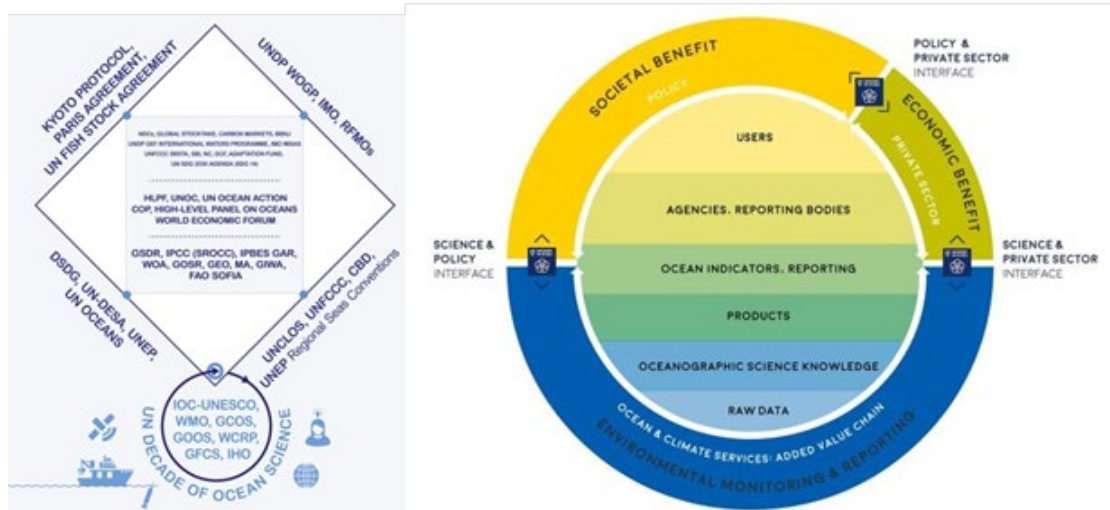
Sustainable Development Goals (SDGs) disetujui pada pertemuan utama PBB bulan September 2015 yang merupakan suatu rangkaian tindakan untuk manusia, bumi, dan kesejahteraan (Nations, 2015). SDGs terdiri dari 17 indikator, yang menekankan pada kelestarian lingkungan dalam melaksanakan pembangunan. (Panuluh & Fitri, 2016) (Transparency, 2019) menyebutkan SDGs bertujuan untuk menyelesaikan masalah-masalah pembangunan secara lebih komprehensif baik kualitatif (dengan mengakomodir isu pembangunan yang tidak ada dalam MDGs) maupun kuantitatif. Penerapan SDGs ini menghendaki seluruh negara untuk berkontribusi, SDGs bersifat universal memberikan peran yang seimbang kepada seluruh negara baik negara maju, negara berkembang, dan negara kurang berkembang untuk berkontribusi penuh terhadap pembangunan, sehingga terjadi kesamaan, masing-masing negara memiliki peran dan tanggung jawab yang sama antar satu dengan yang lain dalam mencapai SDGs.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan telah mengembangkan Indonesian National Carbon Accounting System (INCAS), untuk mendukung persyaratan Pengukuran, Pelaporan, Verifikasi emisi gas rumah kaca (GRK) dari sektor berbasis lahan. Sistem tersebut ditujukan untuk mendukung kegiatan Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation (REDD+) pada sektor kehutanan di Indonesia di Provinsi

Kalimantan Tengah pada bulan Desember 2010 dengan pendanaan dari Pemerintah Norwegia., termasuk di dalamnya Sistem ini menyediakan sebuah pendekatan yang sistematis dan konsisten secara nasional untuk mengukur emisi dan serapan GRK sektor berbasis lahan di Indonesia, baik menurut wilayah geografis maupun waktu. INCAS menguraikan metode standar yang dibagi menjadi enam bagian yaitu metode standar kondisi awal, metode standar pertumbuhan hutan dan peralihan, metode standar kejadian dan rejim pengelolaan hutan, metode standar alokasi spasial rejim, metode standar emisi gas rumah kaca.

Keunggulan model standar adalah dapat mengukur karbon berdasarkan aktivitas yang tertentu yang terjadi di hutan sementara dalam pelaporan dan pengungkapannya hanya mengungkapkan perubahan stok karbon akibat aktivitas eksploitasi sedangkan untuk satuan uang dari aktivitas tersebut belum diungkapkan secara detail, akan tetapi bagi sektor industri belum ada standar dan sistem yang jelas tentang penghitungan karbon yang dihasilkan karena tidak dapat dipungkiri pula bahwa sektor industri menghasilkan emisi karbon dari proses produksinya, maka dari itu keberadaan standar dan sistem akuntansi karbon bagi perusahaan sangat diperlukan memberikan informasi mengenai aspek ekonomi dari aktivitas pengurangan karbon tersebut.

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) merupakan satu-satunya standar akuntansi bagi perusahaan yang memiliki akuntabilitas publik signifikan atau yang biasa disebut dengan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Standar akuntansi keuangan merupakan sebuah panduan yang harus diikuti perusahaan dalam menerapkan kebijakan akuntansinya. (Ikatan Akuntansi Keuangan (IAI), 2018) menyebutkan bahwa Standar Akuntansi Keuangan terdiri dari Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) dan Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan (ISAK) yang diterbitkan oleh Dewan Standar Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) dan Dewan Standar Syariah Ikatan Akuntan Indonesia (DSAS IAI) serta peraturan regulator pasar modal untuk entitas yang berada di bawah pengawasannya. SAK tersebut dijelaskan lebih rinci melalui Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yang mana PSAK tersebut mengatur tentang cara perusahaan dalam mencatat peristiwa ekonomi ke dalam sistem akuntansi yang dimiliki. Seperti yang dikonsepsikan oleh (Schuckmann et al., 2020) sebagai berikut:

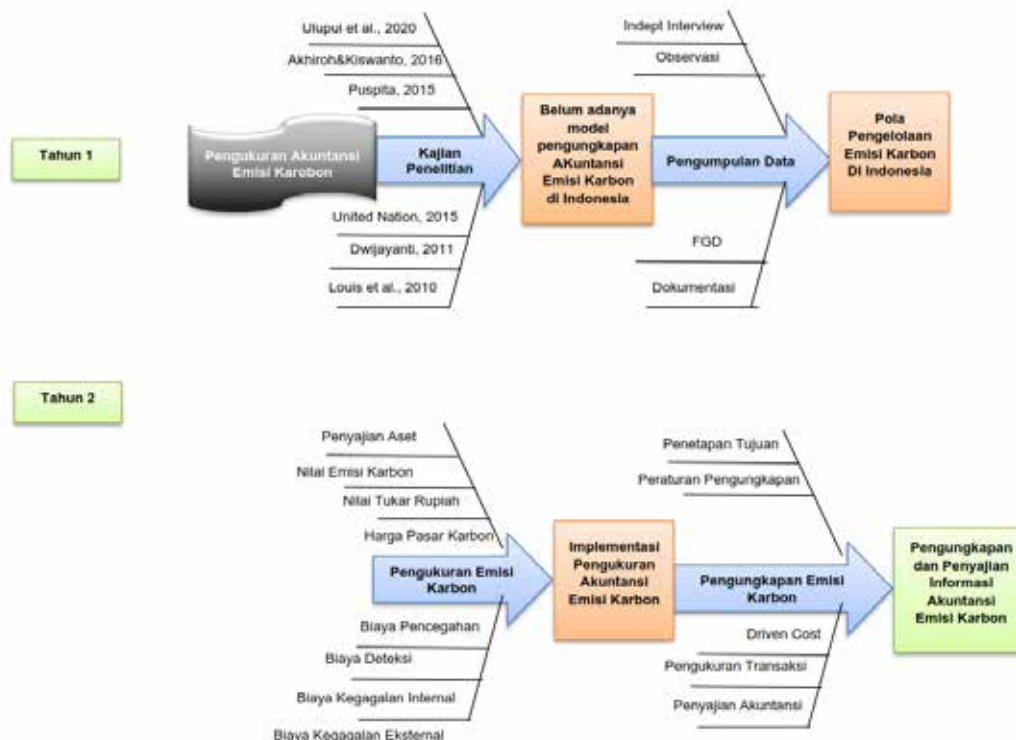


Gambar 1. Hubungan Antara: Ilmu Pengetahuan, Pengelolaan, dan Manfaat Informasi (Schuckmann et al., 2020)

Gambar 1 menunjukkan bahwa interaksi seluruh komponen secara komprehensif untuk menciptakan SDGs. Kesepakatan yang telah diratifikasi oleh berbagai macam organisasi-organisasi internasional secara nyata harus mampu dilaksanakan secara baik. Peranan ilmu pengetahuan harus mampu merubah semua informasi menjadi keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sehingga dalam peradaban semua perubahan harus mampu membawa nilai tambah bagi kehidupan yang berkelanjutan. Penelitian terdahulu, (Dwijayanti, 2011) menyebutkan bahwa dengan melakukan akuntansi karbon akan bermanfaat bagi corporate social responsibility (CSR) perusahaan. (Ja'far & Kartikasari, 2009) yang meneliti sistem akuntansi karbon pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menyebutkan bahwa standar akuntansi kita yang sudah mengadopsi IFRS belum menetapkan aturan mandatory bagi pelaporan manajemen lingkungan, sehingga pelaporan isu lingkungan hanya dapat diwujudkan dalam bentuk annual report yang sifatnya voluntary. Ketiadaan aturan yang baku membuat terjadinya keberagaman sistem akuntansi karbon dan sistem pelaporan akuntansi karbon pada perusahaan di Indonesia.

7.2 State of the Art

State of the Art, penelitian ini berusaha untuk mencapai solusi terhadap permasalahan pengukuran dan pengungkapan akuntansi emisi karbon secara akuntansi sebagai upaya transparansi pelaksanaan tanggungjawab pengurang emisi karbon atau pencemaran lingkungan. Keterbaruan penelitian ini pada model pengukuran dan pengungkapan akuntansi emisi karbon. Namun titik berat penelitian ini berada pada penentuan standar pengukuran dan pengungkapan akuntansi emisi karbon di Indonesia yang tertuang dalam naskah akademik secara komprehensif.

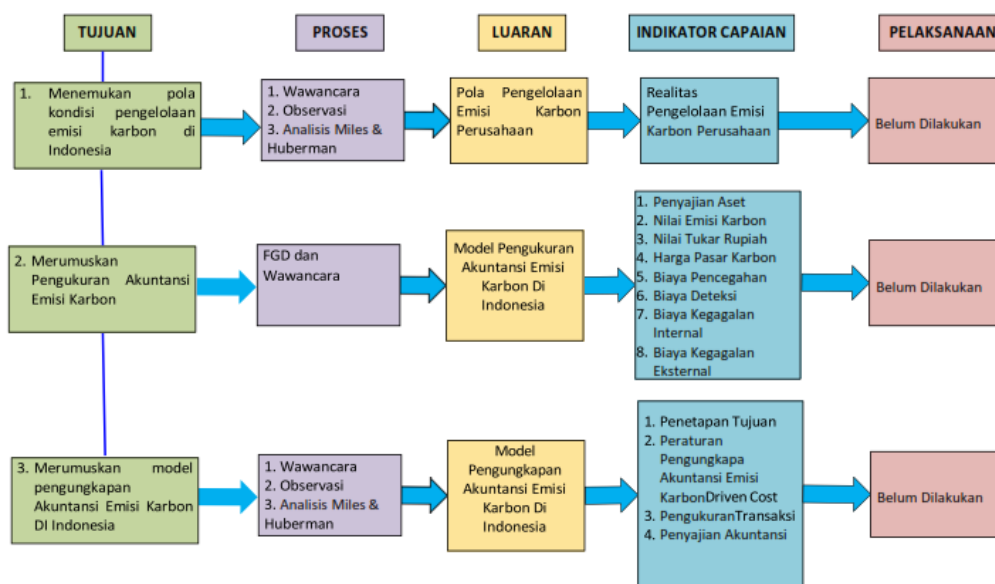


Gambar 2. State of The Art Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan pengembangan pengukuran Akuntansi Emisi Karbon Perusahaan di Indonesia menuju Sustainable Development Goals (SDGS). 1) Data yang dikumpulkan bersifat data kualitatif dan Kuantitatif; (2) Semua data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan skema berpikir non statistik; (3) Pertanyaan-pertanyaan penelitian tidak dirangkai dalam operasional variabel, tetapi dirumuskan untuk mengkaji semua kompleksitas yang ada dalam konteks penelitian. Fokus penelitian ini berfokus pada pertanyaan mendasar sehingga diharapkan mendapatkan jawaban serta hasil penelitian yang komprehensif dan integral untuk menemukan Kebaharuan Penelitian. Sehingga berpijak pada pandangan *pragmatism* dalam penelitian ini dapat berhasil secara optimal yang dapat bersifat dan bermanfaat praktis. Sehingga sampel penelitian yang ditetapkan adalah perusahaan sector pertambangan dan industry kimia yang terdaftar Jakarta Stock Exchange. Total keseluruhan sampel berjumlah 127 perusahaan.

Penelitian ini berupaya untuk menemukan kerangka konseptual praktis tentang pengukuran dan pengungkapan Emisi Karbon di Indonesia. Hal ini dimaksudkan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan dalam penurunan Emisi Karbon secara akuntansi. Angka-angka akuntansi ini menjadi pertanggungjawaban dan transparansi penurunan emisi karbon bagi keberlangsungan kehidupan dan pengelolaan lingkungan yang baik. Konsep environmental sustainability dalam kerangka SDGs 2030.

Subjek penelitian ini adalah perusahaan go Publik yang terdaftar di Indonesia. *Analytic hierarchy process* digunakan sebagai alat bantu untuk menentukan skala prioritas pemodelan pengungkapan akuntansi emisi karbon di Indonesia. Selanjutnya, tahap pertama peneliti melakukan observasi awal berupa pengamatan di lapangan untuk mendapatkan informasi permasalahan dan potensi terhadap objek penelitian yang dikaji. Tahap Kedua, peneliti melakukan pengumpulan data secara mendalam berbasis teknik *indepth interview* dengan beberapa *Key Person* yang memiliki posisi strategis terpilih guna melakukan pengambilan data dengan membagikan kuesioner penelitian. Analisis data kualitatif menggunakan analisis Miles dan Hubberman yang berisi tiga tahapan sekaligus yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan data kuantitatif dianalisis menggunakan management effectiveness tracking tools (METT). Metode ini menekan pada elemen-elemen: berikut ini merupakan diagram alir penelitian ini: Konteks, Perencanaan, Input, Proses-proses, output, dan hasil akhir. Selanjutnya, hasil reduksi data kualitatif dan kuantitatif FGD dan wawancara dianalisis dengan pendekatan *analytic Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan skala prioritas dan model pengungkapan Akuntansi Emisi Karbon Perusahaan di Indonesia. Berikut disajikan alur penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 3. Alur Penelitian

Daftar Pustaka

- Carroll, A. B., dan Brown, J. A. (2018). Corporate social responsibility: A review of current concepts, research, issues. *Corporate Social Responsibility* (39-69). https://www.researchgate.net/profile/Archie_Carroll/publication/325021492
- Cespa, G., dan Cestone, G. (2007). Corporate social responsibility and managerial entrenchment. *Journal of Economics dan Management Strategy*, 16(3), 741-771. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2007.00156.x>
- Fleck, N., Korchia, M., & Le Roy, I. (2012). Celebrities in Advertising: Looking for Congruence or Likability? *Psychology and Marketing*, 29(9), 651–662. <https://doi.org/10.1002/mar.20551>
- Görgner, S., & Brune, P. (2018). Software-based brand ambassador selection — A celebrity-branding assessment framework in action. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 745, 312–321. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77703-0_32
- He, H., Fu, J., Li, X., & Guo, R. (2019). The interplay between endorser social status and normative appeals on the endorsement effectiveness of pro-environmental behaviors. *PLoS ONE*, 14(1), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0210699>
- Jin, C. H., Yoon, M. S., & Lee, J. Y. (2019). The influence of brand color identity on brand association and loyalty. *Journal of Product & Brand Management*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBM-09-2017-1587/full/html>
- Jones, G. G., & Gettinger, B. (2018). Alternative Paths of Green Entrepreneurship: The Environmental Legacies of the North Face's Doug Tompkins and Patagonia's YvonChouinard. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2858951>
- Kamins, M. A. (1989). Celebrity and Noncelebrity Advertising in a Two-Sided Context. *Journal of Advertising Research*, June/July, 24–42.
- Kang, J., & Choi, W. J. (2016). Endorsed Sustainable Products: The Role of Celebrity Ethicality and Brand Ethicality. *Clothing and Textiles Research Journal*, 34(4), 303–319. <https://doi.org/10.1177/0887302X16658345>

- Lafferty, B. A., & Goldsmith, R. E. (1999). Corporate credibility's role in consumers' attitudes and purchase intentions when a high versus a low credibility endorser is used in the Ad. *Journal of Business Research*, 44(2), 109–116. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00002-2](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00002-2)
- Magnini, V. P., Honeycutt, E. D., & Cross, A. M. (2008). Understanding the use of celebrity endorsers for hospitality firms. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 57–69. <https://doi.org/10.1177/1356766707084219>
- Menon, S., & Kahn, B. E. (2003). Corporate Sponsorships of Philanthropic Activities: When Do They Impact Perception of Sponsor Brand? *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 316–327. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_12

8 Koneksi Politik

Prof. Dr. Rahmawati, M.Si, Ak. C.A.

Dr. Siti Arifah, M.Si. Ak.

Dr. Ir. H. Warsina

Studi sebelumnya telah menjelaskan bahwa perusahaan dengan koneksi politik perusahaan yang memiliki hubungan khusus dengan pemerintah (Pranoto dan Widagdo, 2016). Hubungan khusus antara perusahaan dan pemerintah dapat dilihat dari pemilik perusahaan yang merupakan tokoh politik terkemuka, misalnya sebagai anggota DPR baik pusat maupun daerah atau sebagai anggota partai politik (Gomez, 1996). Koneksi politik (Ang *et al.*, 2013) dapat diibaratkan sebagai pedang bermata dua, yaitu dapat meningkatkan atau merugikan perusahaan nilai. Dalam ROC (Xu *et al.*, 2005) situasi menunjukkan bahwa ketika kontrol politik terbatas, kinerja perusahaan meningkat. Ini terjadi ketika ada peningkatan fleksibilitas oleh perusahaan dalam penempatan tenaga kerja dan penegakan hukum lebih efektif mekanisme tata kelola perusahaan. Meskipun demikian, diakui bahwa beberapa pejabat politik memiliki tujuan yang bertentangan seperti memaksimalkan lapangan kerja atau meminimalkan biaya sosial.

Chaney dan Parsley (2010) menemukan bahwa perusahaan memiliki koneksi politik memiliki informasi akuntansi berkualitas lebih rendah karena mereka kurang memiliki insentif untuk menanggapi tekanan pasar yang mereka hadapi. Perusahaan dengan koneksi politik memiliki tingkat kinerja yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang tidak terhubung secara politik, dengan asumsi bahwa dana talangan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai politik koneksi, secara umum, adalah penggunaan modal yang tidak efisien/sangat boros (Faccio, 2006). Selain itu, politisi selalu memainkan peran yang menarik dalam tawar-menawar antara mereka dan manajer perusahaan (Shleifer dan Vishny 1994). Mereka dapat mencari sewa atau mengekstraksi sumber daya melalui suap atau pekerjaan berlebih yang dikenakan pada perusahaan, sehingga dalam kasus ini, hubungan dengan pemerintah berpotensi merusak nilai perusahaan.

"Koneksi politik" mengacu pada hubungan atau interaksi antara politik dan berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya. Ada beberapa teori dan pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan konsep ini. Berikut adalah beberapa teori yang paling relevan:

1. Pluralisme: Teori ini menganggap bahwa kekuatan politik tersebar di antara berbagai kelompok masyarakat. Dalam pluralisme, dinyatakan bahwa kepentingan politik tercermin melalui berbagai kelompok kepentingan, seperti kelompok bisnis, serikat buruh, dan kelompok advokasi lainnya. Koneksi politik di sini adalah hasil dari negosiasi dan interaksi antara kelompok-kelompok ini.

2. **Elitisme:** Teori ini berpendapat bahwa kekuatan politik terkonsentrasi di tangan sekelompok kecil orang atau elit. Koneksi politik dalam konteks ini mencakup hubungan yang erat antara elit politik, bisnis, dan lembaga-lembaga kekuasaan lainnya. Elite ini dapat mempengaruhi kebijakan publik dan memastikan bahwa kepentingan mereka terwakili dalam keputusan politik.
3. **Teori Sistem Dunia (World-System Theory):** Teori ini melihat koneksi politik dalam konteks sistem global. Teori ini menggambarkan bagaimana negara-negara dan kelompok-kelompok dalam sistem dunia saling terkait melalui hubungan politik, ekonomi, dan budaya. Koneksi politik di sini mencakup interaksi antara negara-negara, institusi keuangan internasional, dan korporasi multinasional.
4. **Teori Modernisasi:** Teori ini mengklaim bahwa negara-negara berkembang akan mengikuti pola-pola pengembangan yang mirip dengan negara-negara maju. Koneksi politik dalam teori ini mencakup transformasi sosial, ekonomi, dan politik yang terjadi dalam masyarakat saat negara mengalami modernisasi.
5. **Teori Ketergantungan (Dependency Theory):** Teori ini menyatakan bahwa negara-negara berkembang tergantung pada negara-negara maju dan institusi internasional dalam hal ekonomi, politik, dan keamanan. Koneksi politik di sini terutama mencakup hubungan yang tidak seimbang antara negara-negara yang memiliki sumber daya ekonomi dan politik yang berbeda.
6. **Teori Institusi Politik:** Teori ini menyoroti peran institusi politik dalam membentuk koneksi politik. Faktor-faktor seperti sistem pemilihan, partai politik, dan struktur pemerintahan memiliki dampak signifikan terhadap bagaimana koneksi politik berkembang dalam suatu masyarakat.

Penting untuk diingat bahwa teori-teori ini seringkali berlaku secara berbeda di berbagai konteks politik dan sosial. Realitas politik sering kompleks, dan koneksi politik dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, sejarah, dan kebijakan yang berlaku di suatu negara atau wilayah tertentu.

8.1 Hubungan Koneksi Politik dengan Kinerja Perusahaan

Hubungan antara koneksi politik dan kinerja perusahaan dapat sangat kompleks dan dapat berbeda-beda tergantung pada konteks politik dan ekonomi suatu negara. Di beberapa negara, hubungan antara perusahaan-perusahaan dan pemerintah dapat memiliki dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Berikut adalah beberapa cara di mana koneksi politik dapat mempengaruhi kinerja perusahaan:

1. **Akses ke Sumber Daya dan Pasar:** Perusahaan yang memiliki koneksi politik yang kuat mungkin lebih mudah mendapatkan akses ke sumber daya yang dibutuhkan, seperti izin usaha, tanah, dan bahan baku. Mereka juga dapat mendapatkan keuntungan akses lebih mudah ke pasar domestik atau mendapatkan kebijakan proteksi yang menguntungkan dari pemerintah.
2. **Perlindungan dari Persaingan:** Koneksi politik yang baik dapat memberikan perlindungan kepada perusahaan dari persaingan yang ketat. Beberapa perusahaan yang memiliki hubungan yang dekat dengan pemerintah dapat mendapatkan perlindungan dalam bentuk monopoli, oligopoli, atau kebijakan perdagangan yang melindungi mereka dari persaingan internasional.

3. Kebijakan Fiskal dan Peraturan: Perusahaan yang memiliki koneksi politik yang kuat mungkin dapat mempengaruhi pembuatan kebijakan fiskal dan peraturan yang menguntungkan mereka. Mereka dapat memperoleh insentif pajak, subsidi, atau peraturan yang lebih longgar, yang dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.
4. Kontrak Pemerintah: Perusahaan dengan koneksi politik yang baik dapat mendapatkan kontrak pemerintah yang menguntungkan, seperti proyek infrastruktur besar atau proyek-proyek lain yang dibiayai oleh pemerintah. Kontrak-kontrak ini dapat memberikan sumber pendapatan yang stabil dan signifikan.
5. Pengaruh pada Kebijakan Publik: Perusahaan dengan koneksi politik dapat mempengaruhi kebijakan publik yang relevan dengan industri mereka. Misalnya, perusahaan minyak dan gas dapat mempengaruhi kebijakan energi, sedangkan perusahaan farmasi dapat mempengaruhi kebijakan kesehatan dan obat-obatan.

Namun, penting untuk dicatat bahwa koneksi politik yang berlebihan atau korup dapat mengakibatkan ketidakstabilan politik dan ketidaksetaraan ekonomi, yang pada akhirnya dapat merugikan kinerja ekonomi dan perusahaan secara keseluruhan. Di banyak negara, upaya dilakukan untuk mengurangi tingkat korupsi dan meningkatkan transparansi dalam hubungan antara politik dan bisnis untuk memastikan persaingan yang adil dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

8.2 Hubungan antara koneksi politik dengan tata kelola perusahaan

Hubungan antara koneksi politik dan tata kelola perusahaan (corporate governance) dapat memiliki dampak signifikan terhadap cara perusahaan dijalankan, diatur, dan dipimpin. Berikut adalah beberapa aspek penting yang menjelaskan hubungan ini:

1. Pengaruh dalam Pengambilan Keputusan: Perusahaan dengan koneksi politik yang kuat mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar dalam pengambilan keputusan strategis. Koneksi politik dapat memberikan akses ke lingkungan politik dan regulator, memungkinkan perusahaan mempengaruhi kebijakan publik dan peraturan yang dapat memengaruhi bisnis mereka.
2. Komposisi Dewan Direksi: Koneksi politik dapat mempengaruhi komposisi dewan direksi suatu perusahaan. Orang-orang dengan koneksi politik yang kuat dapat ditempatkan di posisi-posisi kunci dalam dewan direksi, memberikan mereka pengaruh yang signifikan terhadap kebijakan perusahaan.
3. Transparansi dan Akuntabilitas: Koneksi politik yang tidak transparan dapat merusak tata kelola perusahaan dengan mengurangi transparansi dan akuntabilitas dalam pengambilan keputusan. Hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan investor, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya terhadap perusahaan.
4. Manajemen Risiko: Perusahaan dengan koneksi politik mungkin memiliki akses lebih mudah ke informasi tentang perubahan regulasi dan kebijakan pemerintah, memungkinkan mereka untuk mengelola risiko dengan lebih baik. Namun, tergantung pada keadaan politik, perusahaan juga dapat menghadapi risiko politik jika ada perubahan dalam pemerintahan yang dapat memengaruhi bisnis mereka.
5. Kepatuhan Hukum dan Etika: Koneksi politik yang tidak sah atau melibatkan praktik-praktik korup dapat menyebabkan pelanggaran hukum dan etika. Perusahaan yang

terlibat dalam praktik semacam ini dapat menghadapi sanksi hukum dan reputasi yang rusak, yang pada gilirannya dapat merugikan nilai perusahaan.

6. Pertanggungjawaban kepada Pemegang Saham: Koneksi politik yang tidak benar dapat mengarah pada pengambilan keputusan yang tidak menguntungkan pemegang saham. Jika perusahaan lebih mementingkan kepentingan politik daripada kepentingan pemegang saham, hal ini dapat menurunkan nilai saham dan kepercayaan investor.

Dalam konteks tata kelola perusahaan yang baik, transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan kewajiban kepada pemangku kepentingan (stakeholders) adalah kunci. Perusahaan yang mematuhi prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik akan lebih mungkin membangun kepercayaan pemegang saham dan mempertahankan reputasi yang baik di mata masyarakat dan pasar. Koneksi politik yang sah dan transparan dengan pemerintah juga bisa menjadi hal yang penting jika digunakan untuk mendukung kebijakan publik yang positif dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Perusahaan bisa memperoleh lebih banyak manfaat apabila mempunyai hubungan yang baik dengan pemerintah. Beberapa manfaat yang bisa diperoleh perusahaan diantaranya membantu perusahaan memasuki industri yang diatur (Ding et al., 2014; Xu et al., 2015) atau memperoleh kontrak pengadaan dari pemerintah (Brogaard et al., 2017). Koneksi politik (Ang, Ding, dan Tong, 2013) dapat diibaratkan pedang bermata dua yaitu dapat meningkatkan atau membahayakan nilai perusahaan. Di RRC (Xu, Zu, dan Lin, 2005) menunjukkan bahwa ketika kontrol politik dibatasi, kinerja perusahaan meningkat. Hal ini terjadi ketika ada peningkatan fleksibilitas perusahaan dalam penempatan tenaga kerja dan penegakan mekanisme Tata Kelola perusahaan yang lebih efektif, namun diakui bahwa beberapa pejabat politik memiliki tujuan yang saling bertentangan, misalnya memaksimalkan pekerjaan atau meminimalkan biaya sosial.

Kasus yang sering terjadi di Indonesia yakni adanya intervensi agenda politik pendukung penguasa (Yuanjaya, 2019). Direksi dan komisaris yang ditempatkan di BUMN juga terkesan bermuatan politik karena ditetapkan oleh pemenang pemilu. Seringkali hal ini merupakan bentuk dari politik transaksional yang tidak berorientasi kepada layanan publik dan kemajuan bisnis. Hal demikian yang seringkali disinyalir dapat menurunkan kinerja BUMN Indonesia. Pemegang kekuasaan di Indonesia seharusnya memahami bahwa BUMN tidak hanya untuk memenuhi kepentingan pribadi, kelompok tertentu, penguasa, atau pihak lain, namun untuk kepentingan masyarakat Indonesia seluruhnya.

Daftar Pustaka

- Ngan, S. C. (2013). The impact of politically-connected executives in fraudulent financial reporting: Evidence based on the H shares. *African Journal of Business Management*.
- Dwi, Y., & Purwanto, A. (2014). Dapatkah Teori Fraud Triangle Menjelaskan Kecurangan Dalam Laporan Keuangan. *Simposium Nasional Akuntansi*.
- Zager, L., Malis, S. S., & Novak, A. (2016). The role and responsibility of auditors in prevention and detection of fraudulent financial reporting. *Procedia Economics and Finance*.
- Pranoto, B. A., & Widagdo, A. K. (2016). Pengaruh koneksi politik dan corporate governance terhadap tax aggressiveness.
- Gomez-Ibanez, J. A. (1996). Big-city transit rider snip, deficits, and politics: Avoiding reality in Boston. *Journal of the American Planning Association*, 62(1), 30-50.

- Chaney, P. K., Faccio, M. and Parsley, D. (2010) 'The Quality of Accounting Information in Politically Connected Firms', MPRA Paper, (21116).
- Ang, J. S., Ding, D. K., dan Thong, T. Y. (2013). Political connection and firm value. *Asian Development Review*, 30 (2), 131–166. https://doi.org/10.1162/ADEV_a_00018
- Xu, L. C., Zhu, T., dan Lin, Y. (2005). Politician Control, Agency Problems, and Ownership Reform: Evidence from China. *Economics of Transition*, 13 (1), 1–24.
- Faccio, M. (2006). Politically Connected Firms. *The American Economic Review*, 96 (1), 369–386.
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1994). Politicians and firms. *The quarterly journal of economics*, 109(4), 995-1025.
- Ding, S., Jia, C., Wu, Z., & Zhang, X. (2014). Executive political connections and firm performance: Comparative evidence from privately-controlled and state-owned enterprises. *International Review of Financial Analysis*, 36, 153-167.
- Xu, N., Yuan, Q., Jiang, X., dan Chan, K. C. (2015). Founder's political connections, second generation involvement, and family firm performance: Evidence from China. *Journal of Corporate Finance*, 33, 243–259. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2015.01.004>.
- Brogaard, J., Denes, M., dan Duchin, R. (2017). Political Connections, Incentives and Innovation: Evidence from Contract-Level Data. Working Paper, University of Washington, May, 1–49. <http://ssrn.com/abstract=2604805>
- Yuanjaya, Pandhu. 2019. Sengkarut Tata Kelola BUMN Kita. Diakses pada 18 Februari 2022 dari laman <https://news.detik.com/kolom/d-4597705/sengkarut-tata-kelola-bumn-kita>

9 Membangun Citra Perusahaan yang Berkelanjutan

Dr. Endang Hariningsih, S.E., M.Si.
Dr. Dra. Endang Amperawati, M.M.

9.1 Latar Belakang Pemilihan Endorser dalam Pemasaran

Pemilihan endorser adalah strategi pemasaran yang umum digunakan oleh perusahaan untuk mencapai sejumlah tujuan yang sangat penting dalam dunia bisnis. Endorser adalah individu atau entitas yang memiliki popularitas atau otoritas di bidang tertentu dan menjadi *spokeperson* perusahaan (Erdogan, 2010). Pada awalnya, dalam paradigma tradisional, dukungan selebriti terbatas pada individu yang telah mencapai ketenaran melalui prestasi di bidang olahraga, musik, atau perfilman sebelum terlibat dalam kegiatan periklanan (Kamins et al., 1989). Posting yang dibagikan oleh selebriti konvensional sering kali hanya mencantumkan merek karena mereka telah dibiayai atau kontennya didasarkan pada skenario, sehingga kurang efektif dalam mencapai hasil persuasif yang diharapkan (Russell, 2002).

Pada awalnya, menurut konsep tradisional, dukungan selebriti terbatas pada mereka yang mencapai popularitas melalui olahraga, musik, atau film sebelum terlibat dalam kegiatan periklanan (Kamins, 1989). Seiring waktu, posting dari selebriti konvensional sering kali hanya akan menampilkan merek karena mereka mendapat sponsor atau berdasarkan konten berdasarkan skenario, sehingga kurang efektif dalam mencapai hasil persuasif yang diinginkan (Russell, 2002). Berikutnya, dalam perkembangan yang lebih modern, terdapat tren di mana selebriti alternatif, seperti bintang *reality show*, mulai muncul. Mereka sering dianggap lebih orisinal dan merupakan selebriti non-tradisional yang mencapai ketenaran melalui media sosial, berbeda dengan selebriti konvensional yang terkenal karena keterlibatannya dalam film, musik, acara TV, dan sejenisnya (Stefanone et al., 2010). Di samping itu, beberapa peneliti mendukung gagasan bahwa informasi menjadi lebih kredibel ketika disampaikan oleh peninjau atau blogger produk daripada oleh selebriti yang sudah mapan (Wiley, 2014). Blogger online dilihat sebagai lebih autentik dan mudah diakses. Keterhubungan yang kuat antara selebriti non-tradisional dan pengikut mereka seringkali menghasilkan minat beli yang lebih tinggi terhadap

produk yang mereka dukung, karena konsumen merasa secara pribadi terhubung dengan mereka dan berusaha meniru perilaku mereka (Tran & Strutton, 2014). Selanjutnya, Jin et al. (2019) menambahkan bahwa dalam konteks platform Instagram, posting foto oleh selebriti tradisional dapat dianggap terlalu terprogram atau kehilangan sentuhan kemanusiaan.

Dalam perkembangan terkini, terjadi peningkatan dalam kelompok selebriti digital baru, seperti vlogger, "Instafamous", dan Youtuber (Chahal, 2016). Blogger, vlogger, dan YouTuber yang telah berhasil menarik lebih banyak penonton daripada program TV di jam tayang utama. Hal ini menunjukkan telah terjadi pergeseran lebih lanjut dalam dinamika selebriti dan media sosial.

Selain meningkatkan citra merek, endorser juga memiliki potensi besar untuk mempengaruhi keputusan konsumen (Goldsmith et al., 2000; Lafferty et al., 2002). Mereka dapat memberikan rekomendasi atau testimonial yang meyakinkan, yang dapat membantu konsumen merasa lebih percaya diri dalam membeli produk atau layanan tersebut. Ini adalah cara yang efektif untuk mengatasi keraguan yang sering muncul dalam proses pengambilan keputusan konsumen (Cespedes-Dominguez et al., 2021; Vincent Molelekeng & Bongazana Dondolo, 2021). Selain itu, penggunaan endorser dapat membantu perusahaan membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Dengan menggandeng individu atau entitas yang memiliki congruency dengan nilai-nilai merek, perusahaan dapat menciptakan ikatan emosional yang lebih dalam dengan target audien (Ahn et al., 2013; Belanche et al., 2021; Ekinci & Riley, 2003; Erdoğan & Büdeyri-Turan, 2012; Fleck et al., 2012; Haryanto et al., 2015; Japutra et al., 2018; Sun et al., 2021). Strategi ini bisa membantu mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru.

Namun, penting untuk diingat bahwa keberhasilan strategi pemilihan endorser tidak hanya bergantung pada popularitas atau citra positif endorser tersebut (Djafarova & Rushworth, 2017; Paul & Bhakar, 2018; von Mettenheim & Wiedmann, 2021). Menurut Choi & Rifon (2010) dan Kang & Choi (2016), nilai-nilai yang mereka wakili dan etika yang mereka pegang juga menjadi faktor kunci. Ketika endorser terlibat dalam perilaku yang kontroversial atau bertentangan dengan nilai-nilai merek, hal ini dapat berdampak buruk pada citra merek dan mempengaruhi kepercayaan konsumen (Huang, 2021; Louie et al., 2001; Nam-Hyun Um, 2010). Oleh karena itu, pemilihan endorser harus mempertimbangkan dengan cermat kesesuaian nilai-nilai endorser dengan merek, serta integritas dan reputasi mereka. Dalam era transparansi dan keterbukaan informasi, konsumen semakin peka terhadap ketidakcocokan antara pesan yang disampaikan oleh endorser dan tindakan nyata mereka.

9.2 Pengenalan Konsep Etika dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Konteks Pemilihan Endorser

Dalam era saat ini, kesadaran konsumen terhadap masalah etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility atau CSR) semakin meningkat (Smith et al., 2012). Etika bisnis adalah aspek yang mencakup perilaku perusahaan yang adil, jujur, dan bertanggung jawab (Schmeltz, 2012). Program Corporate Social Responsibility merupakan upaya perusahaan untuk berkontribusi positif pada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya (Zerbini, 2017). Dalam konteks pemilihan endorser, konsep etika dan CSR menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan dengan serius.

Perusahaan tidak hanya diharapkan untuk mencari endorser yang populer atau yang memiliki citra positif, tetapi juga untuk memastikan bahwa endorser tersebut mewakili nilai-nilai perusahaan dan mematuhi standar etika yang ketat (Christina & Fort, 2020; Varalakshmi, 2011). Hal ini sangat penting untuk memelihara kepercayaan konsumen dan menjaga integritas merek. Sebuah kesalahan dalam pemilihan endorser yang tidak etis dapat berdampak negatif pada citra perusahaan dan dapat menyebabkan penurunan loyalitas konsumen (Louie et al., 2001; Zhou & Whitla, 2013). Selain nilai-nilai etis, perusahaan juga diharapkan untuk memilih endorser yang mendukung inisiatif CSR perusahaan (Varalakshmi, 2011). Endorser yang dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap upaya sosial yang dijalankan oleh perusahaan dapat menjadi aset berharga dalam mencapai tujuan CSR. Mereka dapat menjadi pembawa pesan yang efektif dan menginspirasi perubahan positif dalam perilaku dan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial dan lingkungan (Cheng et al., 2021; Zerbini, 2017).

Pentingnya pemilihan endorser yang etis dan bertanggung jawab menciptakan keseimbangan yang antara mencapai tujuan pemasaran dan memenuhi harapan masyarakat terhadap tindakan yang etis dan bertanggung jawab (Zerbini, 2017). Perusahaan harus menjalankan proses pemilihan endorser dengan hati-hati, memastikan bahwa individu atau entitas yang mereka pilih sejalan dengan nilai-nilai perusahaan dan memberikan dukungan yang konsisten terhadap etika bisnis dan inisiatif CSR. Dengan cara ini, perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran mereka sambil tetap mempertahankan reputasi etis dan bertanggung jawab yang kuat. Kesadaran konsumen tentang etika dan CSR akan terus menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen, dan perusahaan yang dapat memadukan keduanya dengan cerdas akan memiliki keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin beretika ini (Kim & Lee, 2019).

9.3 Dampak Pemilihan Endorser terhadap Citra Perusahaan

Pemilihan endorser yang tepat memiliki dampak signifikan terhadap citra perusahaan dan merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran (Lafferty & Goldsmith, 1999, 2004). Endorser yang dikenal luas atau memiliki otoritas dalam bidang tertentu dapat membantu membangun citra positif perusahaan di mata konsumen (Hovland & Weiss, 1951). Konsumen cenderung memproyeksikan karakteristik positif endorser, seperti kepercayaan, keandalan, atau kesuksesan ke merek atau produk yang diwakili oleh endorser tersebut. Ini adalah fenomena psikologis yang dikenal sebagai *transfer of image* dari citra positif endorser ke produk atau merek yang diendorse (McCracken, 1989). Sebagai contoh ketika perusahaan mewakili produk kesehatan dan kebugaran dan menggunakan atlet terkenal sebagai endorser (Braunstein-Minkove et al., 2011; Koernig & Boyd, 2009; Liu & Brock, 2011; Sato et al., 2016). Dalam hal ini, endorser menciptakan asosiasi antara diri mereka dan produk tersebut, memberikan kesan bahwa produk tersebut efektif, dapat diandalkan, dan layak dipercayai. Selain itu, endorser tersebut juga dapat memberikan inspirasi kepada konsumen untuk mencapai gaya hidup sehat dan aktif.

Namun, menurut studi Nam-Hyun Um (2010) menyimpulkan bahwa endorser terlibat dalam skandal atau perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai perusahaan, hal ini dapat mengakibatkan kerusakan citra yang serius dan menurunkan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Studi Lee et al. (2015) menambahkan bahwa

pemilihan endorser yang tidak etis atau yang terlibat dalam kontroversi dapat berdampak negatif pada citra perusahaan. Konsumen akan mengaitkan tindakan endorser tersebut dengan produk atau merek yang diwakili oleh endorser tersebut, dan citra negatif endorser dapat mempengaruhi citra merek. Oleh karena itu, pemilihan endorser harus dilakukan dengan hati-hati dan mempertimbangkan nilai-nilai etis yang dianut oleh perusahaan. Perusahaan harus memastikan bahwa endorser yang mereka pilih sejalan dengan misi, visi, dan nilai-nilai merek mereka (Zerbini, 2017). Selain itu, memantau dan mengelola reputasi endorser secara berkelanjutan juga penting (Morimoto, 2018). Sebagai bagian dari strategi pemasaran yang efektif, perusahaan harus memilih endorser yang tidak hanya memiliki popularitas atau otoritas, tetapi juga integritas dan kredibilitas yang tinggi untuk memastikan bahwa dampak positif pada citra perusahaan dapat dijaga dengan baik.

9.4 Peran Endorser sebagai Perwakilan Nilai-Nilai Perusahaan

Endorser tidak hanya berperan sebagai wajah merek, tetapi juga sebagai perwakilan nilai-nilai perusahaan (Goldsmith et al., 2000). Mereka menjadi duta merek yang mencerminkan dan mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan kepada konsumen. Dalam pemilihan endorser yang bijaksana, perusahaan memiliki kesempatan untuk menciptakan sinergi antara citra endorser dan nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan itu sendiri. Sebagai duta merek yang aktif, endorser memiliki potensi besar untuk membantu memperkuat pesan merek yang berkaitan dengan nilai-nilai yang menjadi landasan perusahaan (Görgner & Brune, 2018).

Menurut Ferrell et al. (2019), jika sebuah perusahaan menekankan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan dalam nilai-nilai perusahaannya, maka memilih endorser yang aktif terlibat dalam amal atau proyek sosial dapat memberikan kesan bahwa perusahaan itu sendiri konsisten dengan nilai-nilai tersebut. Dalam hal ini, endorser berperan sebagai contoh yang hidup dari komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial. Mereka menjadi bukti nyata dari keselarasan antara nilai-nilai perusahaan dan perilaku endorser. Selain itu, endorser juga dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap inisiatif CSR perusahaan. Ketika endorser yang dikenal luas mendukung dan terlibat dalam kegiatan sosial yang dijalankan oleh perusahaan, ini dapat memperluas jangkauan dan dampak inisiatif tersebut. Seperti yang diungkapkan sebelumnya oleh studi Menon & Kahn (2003), endorser berpotensi untuk menginspirasi pengikut mereka dan mendorong partisipasi dalam kegiatan yang berkaitan dengan CSR perusahaan.

9.5 Tantangan yang Dihadapi dalam Pemilihan Endorser Etis dan Bertanggung Jawab

Pemilihan endorser etis dan bertanggung jawab menjadi salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran modern. Dalam era di mana citra merek sangat berharga, tantangan muncul ketika perusahaan berusaha menemukan individu atau entitas yang tidak hanya mampu mewakili merek dengan baik, tetapi juga mematuhi standar etika dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Dalam pengantar ini, kita akan menjelajahi berbagai tantangan yang dihadapi dalam pemilihan endorser yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan dan mampu mempertahankan citra positif dalam lingkungan bisnis yang selalu berubah. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai strategi yang dapat dilakukan untuk menghadapi tantangan tersebut.

a. Menilai Karakter Endorser:

Evaluasi karakter endorser adalah langkah awal yang kritis dalam pemilihan endorser yang etis (Kang & Choi, 2016). Perusahaan harus mengidentifikasi endorser yang tidak hanya memiliki popularitas atau otoritas dalam bidangnya, tetapi juga mematuhi standar etika yang ketat. Ini melibatkan penelitian mendalam tentang rekam jejak endorser, baik dalam hal perilaku pribadi maupun profesional.

b. Perubahan Perilaku Endorser:

Endorser yang telah dipilih dapat mengalami perubahan perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai perusahaan setelah ditunjuk. Perusahaan harus memiliki mekanisme yang telah disiapkan sebelumnya untuk mengatasi situasi seperti ini. Ini dapat mencakup klausul dalam kontrak yang mengatur perilaku yang diharapkan dari endorser, serta konsekuensi yang mungkin timbul jika endorser melanggar perjanjian tersebut. Dalam situasi yang lebih rumit, perusahaan harus memiliki rencana komunikasi dan tindakan yang tepat untuk menjaga reputasi dan integritas merek (Miller & Lacznia, 2011).

c. Reaksi Konsumen:

Reaksi konsumen terhadap pemilihan endorser yang dapat memunculkan kontroversi harus dipahami dan dikelola secara bijaksana. Perusahaan harus memiliki strategi komunikasi yang efektif untuk mengatasi perubahan persepsi konsumen (Bharadwaj et al., 1993). Ini bisa mencakup penjelasan tentang alasan pemilihan endorser, tindakan perusahaan dalam mengatasi kontroversi, dan komitmen mereka terhadap etika dan nilai-nilai yang dipegang. Dalam beberapa kasus, perusahaan juga dapat mempertimbangkan revisi strategi pemilihan endorser jika reaksi konsumen sangat negatif.

9.6 Etika dalam Pemilihan Endorser

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks, pemilihan endorser tidak hanya tentang memperoleh wajah terkenal yang dapat mempromosikan produk atau merek, tetapi juga tentang menjaga integritas dan etika. Pemilihan endorser menjadi tantangan berarti dalam konteks etika bisnis, di mana perusahaan harus mempertimbangkan nilai-nilai dan prinsip yang akan diwakili oleh individu atau entitas yang mereka pilih. Berikut ini akan dipaparkan dasar-dasar yang diperlukan untuk diterapkannya etika dalam pemilihan endorser sehingga dapat membentuk citra perusahaan dalam mata konsumen dan masyarakat.

a. Kecocokan Nilai

Prinsip pertama dalam pemilihan endorser yang etis adalah memastikan kecocokan nilai antara endorser dan perusahaan (Lafferty & Goldsmith, 2004). Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai inti yang dianut oleh perusahaan. Perusahaan harus memilih endorser yang secara konsisten mencerminkan dan mendukung nilai-nilai ini. Ketidakejajaran nilai dapat menciptakan konflik dan membingungkan bagi konsumen, yang pada gilirannya dapat merusak citra merek dan memengaruhi kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa endorser yang dipilih sejalan dengan nilai-nilai perusahaan dan memberikan kesan konsistensi dalam seluruh komunikasi merek (Magnini et al., 2008).

b. Transparansi dan Kepentingan Bersama

Transparansi dalam hubungan antara perusahaan dan endorser adalah prinsip etika yang sangat penting. Perusahaan harus menjaga integritas dengan memastikan bahwa hubungan dengan endorser, terutama dalam hal kompensasi, diungkapkan secara jelas dan jujur (Fizel et al., 2008). Kepentingan bersama antara perusahaan dan endorser juga harus dikelola secara etis untuk menghindari benturan kepentingan yang dapat merugikan konsumen atau citra merek. Transparansi membantu membangun kepercayaan konsumen dan menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi dengan integritas.

c. Kualifikasi Endorser

Prinsip ini menekankan pentingnya memilih endorser yang memiliki kualifikasi yang relevan dalam bidang yang sesuai dengan produk atau layanan yang diiklankan (Hovland & Weiss, 1951). Endorser harus memiliki pengetahuan dan kredibilitas yang dapat mendukung klaim yang mereka buat tentang produk atau layanan. Prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa pernyataan endorser tidak bersifat menyesatkan atau palsu, yang dapat merugikan konsumen. Dengan memilih endorser yang memiliki kualifikasi yang sesuai, perusahaan dapat memastikan integritas dalam komunikasi merek.

d. Konsistensi Perilaku

Prinsip terakhir menyoroti pentingnya endorser untuk menjaga perilaku yang konsisten dengan citra positif yang mereka wakili. Endorser harus berperilaku dengan etika yang tinggi dan mematuhi norma-norma perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan. Mereka harus menghindari perilaku yang dapat merusak citra perusahaan atau produk yang diendorse. Konsistensi perilaku adalah kunci dalam memelihara kepercayaan konsumen, dan perusahaan harus memiliki mekanisme yang tepat untuk mengatasi situasi di mana endorser melanggar standar etika yang diberlakukan (He et al., 2019).

Dengan memahami dan mematuhi prinsip-prinsip etika ini dalam pemilihan endorser, perusahaan dapat memastikan bahwa endorser mereka tidak hanya mendukung citra merek, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai perusahaan dan berperilaku dengan etika yang tinggi. Ini membantu membangun integritas merek, memelihara reputasi yang kuat, dan memenuhi harapan konsumen terhadap etika dan tanggung jawab perusahaan.

9.7 Kasus-kasus Studi tentang Pemilihan Endorser yang Mengabaikan Etika

a. Kasus Tiger Woods

Ketika perusahaan-perusahaan yang menganut nilai-nilai moral dan integritas memilih Tiger Woods sebagai endorser, mereka mempercayakan merek mereka pada citra yang diusung oleh atlet terkenal ini. Namun, skandal kehidupan pribadinya yang mencuat dengan publik, termasuk kasus perselingkuhan dan konflik keluarga, menciptakan ketidaksejajaran yang signifikan antara perilaku pribadi Woods dan nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan-perusahaan tersebut (Farrell et al., 2000). Sebagai hasilnya, pemilihan Woods sebagai endorser menjadi kontroversial, dan banyak orang meragukan keaslian dan konsistensi nilai-nilai perusahaan dengan pemilihan endorser tersebut. Perusahaan-perusahaan yang mengandalkan citra moral dan integritas mungkin mengalami kerugian finansial dan reputasi karena ketidakcocokan ini.

b. Kasus Lance Armstrong

Lance Armstrong adalah seorang atlet terkenal dalam balap sepeda dan merupakan ikon dalam dunia olahraga. Namun, pengungkapan bahwa dia terlibat dalam penggunaan doping selama karier balap sepedanya menciptakan kehebohan besar (Finsterwalder et al., 2017). Pencabutan gelarnya dan pengakuan penggunaan doping menghancurkan citra integritas dan kejujuran yang selama ini dianut oleh Armstrong dan perusahaan yang mengontraknya sebagai endorser. Para penggemar yang telah mengagumi keberhasilan Armstrong merasa dikhianati, dan perusahaan-perusahaan yang mengandalkan nilai-nilai kejujuran dalam merek mereka merasa kecewa atas pemilihan endorser tersebut. Konsekuensinya, perusahaan mungkin kehilangan kepercayaan konsumen dan dihadapkan pada tantangan besar untuk memulihkan citra merek mereka.

c. Kasus Kristen Stewart

Sebagai seorang selebriti, Kristen Stewart telah menjadi endorser berbagai produk dan merek selama karirnya. Salah satu kasus terkenal yang dapat dijadikan contoh adalah ketika ia diangkat sebagai endorser oleh beberapa perusahaan terkemuka di industri fashion dan kosmetik. Kristen Stewart terkenal karena perannya dalam film-film seperti "Twilight" dan "Snow White and the Huntsman," yang membuatnya menjadi salah satu nama besar di dunia hiburan.

Namun, Kristen Stewart juga telah memunculkan beberapa kontroversi yang mengundang perdebatan terkait pemilihan endorser. Beberapa dari kontroversi ini melibatkan isu-isu pribadinya, seperti hubungan asmara dan pandangan politiknya. Beberapa perusahaan mungkin merasa khawatir bahwa kontroversi tersebut dapat mempengaruhi citra merek mereka jika mereka memilih Kristen Stewart sebagai endorser (Finsterwalder et al., 2017).

Di sisi lain, Kristen Stewart juga memiliki banyak penggemar setia yang mengagumi karirnya dan kemerdekaannya dalam mengejar berbagai peran di dunia perfilman. Bagi beberapa merek, kehadiran Kristen Stewart sebagai endorser dapat menjadi peluang untuk menarik perhatian audiens yang beragam dan mungkin menciptakan konten promosi yang unik dan berbeda.

Penyelenggara pemilihan endorser harus mempertimbangkan manfaat dan risiko yang terkait dengan Kristen Stewart sebagai endorser. Mereka harus mempertimbangkan apakah kontroversi yang terkait dengannya dapat memengaruhi citra merek mereka secara negatif atau positif. Keputusan ini bergantung pada nilai-nilai merek dan tujuan pemasaran mereka, serta pemahaman yang mendalam tentang audiens target mereka. Kristen Stewart sebagai endorser adalah contoh bagaimana pemilihan endorser dapat menjadi suatu keputusan strategis yang melibatkan banyak faktor yang kompleks dan beragam.

Ketiga kasus ini menunjukkan betapa pentingnya pemilihan endorser yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika yang dianut oleh perusahaan. Pemilihan endorser yang tidak mematuhi nilai-nilai inti perusahaan dapat mengakibatkan kerugian finansial, reputasi yang rusak, dan kehilangan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus sangat berhati-hati dan konsisten dalam memastikan bahwa endorser yang mereka pilih adalah wakil yang sah dari nilai-nilai mereka. Studi kasus ini menggambarkan situasi di mana perusahaan menghadapi konsekuensi negatif karena mengabaikan prinsip-prinsip etika dalam pemilihan endorser, yang dapat merusak citra merek dan mempengaruhi kepercayaan konsumen.

9.8 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Pemilihan Endorser

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memainkan peran penting dalam pemilihan endorser dan dapat memberikan kontribusi positif dalam beberapa cara antara lain dijelaskan sebagai berikut. Dalam pemilihan endorser, perusahaan dapat mencari individu yang sejalan dengan nilai-nilai dan inisiatif CSR perusahaan. Misalnya, jika sebuah perusahaan sangat memprioritaskan keberlanjutan lingkungan, mereka dapat mencari endorser yang juga aktif dalam pelestarian lingkungan atau organisasi lingkungan (Panda et al., 2020). Dengan keselarasan ini, perusahaan menciptakan hubungan yang konsisten antara citra merek dan komitmen mereka terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Hal ini dapat menggambarkan perusahaan sebagai pelaku yang konsisten dan memiliki integritas dalam mendukung inisiatif CSR.

Endorser yang terlibat dalam proyek atau organisasi yang mendukung CSR memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang upaya sosial yang dijalankan oleh perusahaan. Ketika endorser menggunakan pengaruh mereka untuk mempromosikan inisiatif CSR, hal ini dapat menciptakan citra positif tentang perusahaan di mata konsumen. Selain itu, penggunaan platform media sosial oleh endorser dapat memberikan dampak yang luas dan memungkinkan pesan CSR mencapai audiens yang lebih besar (Pittman & Abell, 2021).

9.9 Pengukuran Dampak Positif Pemilihan Endorser yang Sejalan dengan CSR

Pengukuran dampak positif dari pemilihan endorser yang sejalan dengan CSR merupakan langkah penting dalam mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut tentang empat aspek pengukuran tersebut:

a. Peningkatan Kesadaran Konsumen

Mengukur peningkatan kesadaran konsumen tentang upaya CSR perusahaan yang dipengaruhi oleh endorser melibatkan analisis sejauh mana endorser telah berhasil menyampaikan pesan CSR perusahaan kepada audiens. Ini dapat melibatkan pemantauan melalui berbagi informasi atau respons positif di media sosial dan platform komunikasi lainnya (Cheng et al., 2021).

b. Peningkatan Dukungan terhadap CSR

Mengukur apakah pemilihan endorser menghasilkan peningkatan dukungan dari konsumen terhadap inisiatif CSR perusahaan melibatkan pengukuran sikap konsumen (Smith et al., 2012). Survei dan analisis data dari respons konsumen dapat membantu dalam menilai sejauh mana dukungan dan simpati terhadap upaya CSR perusahaan telah meningkat sebagai akibat dari keterlibatan endorser.

c. Pengaruh pada Kinerja Penjualan

Menganalisis apakah pemilihan endorser yang mendukung CSR berdampak positif pada kinerja penjualan produk atau layanan yang diiklankan adalah aspek yang penting dalam mengukur keberhasilan (Zerbini, 2017). Data penjualan sebelum, selama, dan setelah kampanye iklan dengan endorser dapat digunakan untuk menilai dampaknya. Selain itu, survei konsumen juga dapat digunakan untuk memahami sejauh mana pengaruh endorser dalam keputusan pembelian produk atau layanan yang terkait dengan CSR.

Dengan melakukan pengukuran yang komprehensif terkait empat aspek di atas, perusahaan dapat memahami secara lebih mendalam dampak positif dari pemilihan endorser

yang sejalan dengan CSR mereka dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau peningkatan dalam strategi pemasaran mereka.

9.10 Integrasi CSR dalam Strategi Periklanan di Media Sosial yang Beretika

Corporate Social Responsibility dalam Konteks Periklanan di Media Sosial

Dalam konteks periklanan di media sosial, CSR berarti mengintegrasikan nilai-nilai sosial dan lingkungan ke dalam pesan dan kampanye iklan yang disampaikan kepada audiens melalui platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya (Cheng et al., 2021). Tujuan utama dari integrasi CSR dalam periklanan di media sosial adalah menciptakan kesan positif tentang perusahaan atau merek, yang pada gilirannya dapat memengaruhi preferensi konsumen dan keputusan pembelian.

Integrasi CSR dalam strategi periklanan di media sosial diperkuat oleh kemajuan teknologi web 4.0. Teknologi ini telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen dan memungkinkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi. Dalam era web 4.0, internet semakin cerdas dan responsif, memungkinkan algoritma dan data untuk secara dinamis mengarahkan konten yang relevan kepada pengguna (Troise & Camilleri, 2021). Ini berarti bahwa perusahaan dapat secara lebih efektif menargetkan pesan CSR mereka kepada audiens yang tepat.

Selain itu, teknologi web 4.0 memungkinkan pengalaman pengguna yang lebih pribadi dan disesuaikan. Melalui analisis data, perusahaan dapat memahami preferensi dan nilai-nilai konsumen secara lebih mendalam. Ini memungkinkan mereka untuk mengirimkan pesan CSR yang sesuai dengan preferensi individu, menciptakan hubungan yang lebih pribadi dan terasa relevan (G. Lee et al., 2020).

Media sosial juga terus berkembang sebagai platform interaksi konsumen yang kuat. Teknologi web 4.0 memperkuat kemampuan merek untuk memahami umpan balik konsumen dan meresponsnya dengan cepat. Ini menciptakan hubungan dua arah yang lebih kuat antara perusahaan dan konsumen, di mana konsumen merasa didengar dan berkontribusi pada isu-isu sosial yang penting bagi mereka.

Dengan teknologi web 4.0, perusahaan dapat menggunakan kecerdasan buatan dan analitik tingkat tinggi untuk mengukur dampak inisiatif CSR mereka secara lebih akurat. Mereka dapat melacak bagaimana konsumen merespons dan berpartisipasi dalam upaya CSR di media sosial, memungkinkan peningkatan yang berkelanjutan pada inisiatif tersebut.

Dengan demikian, teknologi web 4.0 memungkinkan perusahaan untuk menciptakan pengalaman konsumen yang lebih personal, mendalam, dan terlibat dalam konteks CSR di media sosial. Hal ini mendorong keterlibatan yang lebih tinggi dan dapat menciptakan dampak yang lebih besar pada tujuan CSR dan keberlanjutan merek.

Penerapan CSR dalam periklanan di media sosial dapat berarti berbagai hal, mulai dari kampanye amal hingga upaya pelestarian lingkungan, mendukung pendidikan, mengatasi isu-isu sosial, atau berkontribusi pada masyarakat setempat. Dalam prakteknya, ini bisa berarti berbagi cerita tentang bagaimana perusahaan berinvestasi dalam program-program CSR, menyampaikan pesan etika, atau memberikan kontribusi positif ke dalam komunitas melalui konten iklan yang dipromosikan di media sosial.

Konsep CSR dalam periklanan di media sosial adalah tentang menjembatani kesenjangan antara tujuan bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (Wen & Song, 2017). Ini

mendorong perusahaan untuk tidak hanya mengambil, tetapi juga memberi kembali kepada masyarakat dan lingkungan, sekaligus menciptakan citra yang beretika. Dengan penggunaan media sosial, perusahaan memiliki platform yang kuat untuk mengomunikasikan pesan-pesan CSR mereka secara efektif dan untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens yang semakin kritis. Ini menciptakan peluang besar untuk menciptakan dampak positif dan membangun hubungan yang lebih dalam antara perusahaan dan konsumen.

Manfaat Integrasi CSR dalam Periklanan yang Beretika di Media Sosial

Adapun manfaat dari mengintegrasikan CSR dalam strategi periklanan di media sosial yaitu seperti peningkatan kepercayaan konsumen dan keterlibatan yang lebih tinggi. Salah satu manfaat paling jelas dari mengintegrasikan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam strategi periklanan di media sosial adalah peningkatan kepercayaan konsumen (Li et al., 2019). Ketika perusahaan atau merek secara terbuka dan konsisten menunjukkan komitmennya terhadap isu-isu sosial dan lingkungan yang penting bagi masyarakat, konsumen cenderung melihat mereka sebagai entitas yang bertanggung jawab. Ini menciptakan fondasi kepercayaan yang kuat antara merek dan konsumen. Konsumen lebih cenderung memilih produk atau layanan dari perusahaan yang mereka percayai dan yang tampaknya berbagi nilai-nilai yang sama. Dalam dunia persaingan ketat, kepercayaan ini dapat menjadi faktor kunci dalam memenangkan loyalitas pelanggan.

Selain peningkatan kepercayaan, integrasi CSR dalam periklanan di media sosial juga dapat menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi dari konsumen (Kim & Lee, 2019). Ketika perusahaan atau merek terlibat dalam inisiatif sosial yang relevan dengan audiensnya, ini dapat memicu reaksi yang lebih positif dan emosional dari konsumen. Mereka merasa terlibat dalam tujuan yang lebih besar daripada sekadar pembelian produk atau layanan. Melalui media sosial, perusahaan dapat menghubungkan konsumen dengan cerita-cerita inspiratif tentang dampak positif yang dicapai melalui inisiatif CSR mereka. Hal ini dapat mendorong keterlibatan konsumen dalam mendukung atau berpartisipasi dalam upaya sosial yang sama, menciptakan ikatan yang kuat antara merek dan audiensnya. Keterlibatan yang lebih tinggi ini juga dapat menciptakan komunitas yang berbagi nilai-nilai serupa di sekitar merek, yang dapat memperkuat loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

Dengan kata lain, mengintegrasikan CSR dalam strategi periklanan di media sosial bukan hanya tentang mendukung tujuan sosial, tetapi juga merupakan investasi strategis dalam membangun kepercayaan, keterlibatan, dan hubungan yang lebih dalam dengan konsumen. Manfaat-manfaat ini tidak hanya mempengaruhi citra merek, tetapi juga dapat berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan di pasar yang semakin kompetitif dan beretika.

9.11 Studi Kasus Integrasi Pemilihan Endorser Beretika yang Sejalan dengan Corporate Social Responsibility

Studi Kasus Internasional: Unilever dan Emma Watson

Unilever, perusahaan multinasional yang berfokus pada produk konsumen, telah menjadi percontohan dalam pemilihan endorser yang sukses dan etis. Mereka memilih aktris dan aktivis Emma Watson sebagai duta merek untuk kampanye kecantikan merek Dove. Kasus Unilever dan Emma Watson banyak dibicarakan di berbagai platform media sosial. Kampanye iklan Dove yang melibatkan Emma Watson sering kali diunggah dan dibagikan di platform-platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Emma Watson adalah tokoh yang dikenal karena advokasi terhadap kesetaraan gender dan memiliki kredibilitas dalam isu-isu sosial. Unilever memanfaatkan citra positif Emma Watson untuk mendukung pesan kesetaraan dan keragaman dalam kecantikan, yang sejalan dengan nilai-nilai perusahaan dan mendapatkan dukungan luas dari konsumen (Walker, 2015).

Studi Kasus Indonesia: Tokopedia dan Iwan Fals

Di Indonesia, Tokopedia, platform e-commerce terkemuka, berhasil memilih Iwan Fals, seorang legenda musik Indonesia dan aktivis sosial, sebagai endorser mereka. Pengumuman kerjasama antara Tokopedia dan Iwan Fals diumumkan pertama kali melalui media sosial resmi Tokopedia di berbagai platform, termasuk Facebook, Instagram, dan Twitter. Iwan Fals adalah figur yang dikenal atas kepeduliannya pada isu-isu sosial dan kemanusiaan. Tokopedia memanfaatkan popularitas Iwan Fals untuk mengkomunikasikan pesan tentang mendukung pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia melalui platform *e-commerce* mereka. Keputusan ini mendapatkan dukungan luas dari masyarakat Indonesia dan membantu memperkuat citra Tokopedia sebagai perusahaan yang mendukung UKM dan inisiatif sosial (Nurchalim & Tyas, 2020).

Studi Kasus Internasional: Patagonia dan Yvon Chouinard

Patagonia, perusahaan pakaian luar ruangan yang terkenal dengan komitmennya pada keberlanjutan dan perlindungan lingkungan, telah berhasil memilih pendirinya, Yvon Chouinard, sebagai endorser yang kuat (Jones & Gettinger, 2018). Patagonia dan Yvon Chouinard mendapatkan perhatian di berbagai platform media sosial, termasuk Facebook, Instagram, dan Twitter. Chouinard adalah seorang pengusaha yang berdedikasi pada praktik bisnis yang ramah lingkungan dan sosial. Dengan mendukung Chouinard sebagai endorser, Patagonia menggambarkan komitmen perusahaan terhadap nilai-nilai keberlanjutan, pemulihan lingkungan, dan tanggung jawab sosial.

Studi Kasus Indonesia: Danone dan Dian Sastrowardoyo

Di Indonesia, Danone, perusahaan yang dikenal dengan produk susu dan makanan sehat, berhasil memilih Dian Sastrowardoyo, seorang aktris terkenal dan pendukung kesehatan, sebagai endorser mereka. Dian Sastrowardoyo adalah figur yang menyuarakan pentingnya gizi dan pola makan sehat. Danone memanfaatkan citra positif Dian Sastrowardoyo untuk mempromosikan produk susu dan makanan sehat mereka, yang mendukung pesan kesehatan dan nutrisi (Amalia & Suprayogi, 2019). Kampanye iklan Danone yang melibatkan Dian Sastrowardoyo didiskusikan di berbagai platform media sosial di Indonesia, termasuk Facebook, Instagram, dan Twitter.

Studi kasus ini menggambarkan bagaimana pemilihan endorser yang tepat dapat membantu perusahaan membangun citra berkelanjutan melalui media sosial dan sejalan dengan nilai-nilai perusahaan serta dampak positifnya dalam mendukung inisiatif perusahaan.

Referensi

- Ahn, T., Ekinci, Y., & Li, G. (2013). Self-congruence, functional congruence, and destination choice. *Journal of Business Research*, 66(6), 719–723. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.09.009>
- Amalia, A., & Suprayogi, M. S. (2019). Social Media Chatbots for Collaborated Engagement Marketing. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 7(1), 33. <https://doi.org/10.12928/channel.v7i1.13015>
- Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, M., & Ibáñez-Sánchez, S. (2021). Understanding influencer marketing: The role of congruence between influencers, products and consumers. *Journal of Business Research*, 132, 186–195. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.067>
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., & Fahy, J. (1993). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing*, 57(4), 83. <https://doi.org/10.2307/1252221>
- Braunstein-Minkove, J. R., Zhang, J. J., & Trail, G. T. (2011). Athlete endorser effectiveness: model development and analysis. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 1(1), 93–114. <https://doi.org/10.1108/20426781111107199>
- Céspedes-Dominguez, C., Fernandez-Robin, C., & McCoy, S. (2021). The effects of celebrity characteristics on purchase intentions: A focus on consumer concern of environmental issues. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su13084083>
- Chahal, Mi. (2016). *Four trends that will shape media in 2016*. <http://www.marketingweek.com/2016/01/08/four-trends-that-will-shape-media-in-2016>
- Cheng, Y., Hung-Baesecke, C. J. F., & Chen, Y. R. R. (2021). Social Media Influencer Effects on CSR Communication: The Role of Influencer Leadership in Opinion and Taste. *International Journal of Business Communication*. <https://doi.org/10.1177/23294884211035112>
- Choi, S. M., & Rifon, N. J. (2010). It Is a Match: The Impact of Congruence between Celebrity Image and Consumer Ideal Self on Endorsement Effectiveness. *Psychology & Marketing*, 30(6), 461–469. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Christina, A., & Fort, T. L. (2020). Finding the fit: Why compliance and ethics programs should seek to match individual and corporate values. *Business Horizons*, 63(4), 451–462. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.002>
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>
- Ekinci, Y., & Riley, M. (2003). An investigation of self-concept: Actual and ideal self-congruence compared in the context of service evaluation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10(4), 201–214. [https://doi.org/10.1016/S0969-6989\(02\)00008-5](https://doi.org/10.1016/S0969-6989(02)00008-5)
- Erdogan, B. Z. (2010). Celebrity Endorsement : A Literature Review. *Journal of Marketing Management*, 772858957, 37–41.
- Erdoğan, I., & Büdeyri-Turan, I. (2012). The role of personality congruence, perceived quality and prestige on ready-to-wear brand loyalty. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16(4), 399–417. <https://doi.org/10.1108/13612021211265818>
- Farrell, K. A., Karels, G. V., Monfort, K. W., & McClatchey, C. A. (2000). Celebrity performance and endorsement value: The case of tiger woods. *Managerial Finance*, 26(7), 1–15. <https://doi.org/10.1108/03074350010766756>
- Ferrell, O. C., Harrison, D. E., Ferrell, L., & Hair, J. F. (2019). Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study. *Journal of Business Research*, 95(January 2018), 491–501. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.039>

- Finsterwalder, J., Yee, T., & Tombs, A. (2017). Would you forgive Kristen Stewart or Tiger Woods or maybe Lance Armstrong? Exploring consumers' forgiveness of celebrities' transgressions. *Journal of Marketing Management*, 33(13–14), 1204–1229. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2017.1382553>
- Fizel, J., McNeil, C. R., & Smaby, T. (2008). Athlete endorsement contracts: The impact of conventional stars. *International Advances in Economic Research*, 14(2), 247–256. <https://doi.org/10.1007/s11294-008-9144-0>
- Fleck, N., Korchia, M., & Le Roy, I. (2012). Celebrities in Advertising: Looking for Congruence or Likability? *Psychology and Marketing*, 29(9), 651–662. <https://doi.org/10.1002/mar.20551>
- Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., & Newell, S. J. (2000). The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and brands. *Journal of Advertising*, 29(3), 43–54. <https://doi.org/10.1080/00913367.2000.10673616>
- Görgner, S., & Brune, P. (2018). Software-based brand ambassador selection — A celebrity-branding assessment framework in action. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 745, 312–321. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77703-0_32
- Haryanto, B., Nusantara, A. C., & Budiman, S. (2015). How sexuality in elegance of advertising and congruency of product influence brand evaluation? (the study of consumer behavior using an experimental design approach). *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 118–129. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4p118>
- He, H., Fu, J., Li, X., & Guo, R. (2019). The interplay between endorser social status and normative appeals on the endorsement effectiveness of pro-environmental behaviors. *PLoS ONE*, 14(1), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0210699>
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. In *Public Opinion Quarterly: Vol. Winter* (pp. 635–649). <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/266350>
- Huang, J. C. (2021). Gender and Celebrity Scandals: A Cross-Cultural Examination on Celebrity Endorsement. *Journal of Promotion Management*, 27(1), 133–150. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1809593>
- Japutra, A., Ekinci, Y., Simkin, L., & Nguyen, B. (2018). The role of ideal self-congruence and brand attachment in consumers' negative behaviour: Compulsive buying and external trash-talking. *European Journal of Marketing*, 52(3–4), 683–701. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2016-0318>
- Jin, C. H., Yoon, M. S., & Lee, J. Y. (2019). The influence of brand color identity on brand association and loyalty. *Journal of Product & Brand Management*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBM-09-2017-1587/full/html>
- Jones, G. G., & Gettinger, B. (2018). Alternative Paths of Green Entrepreneurship: The Environmental Legacies of the North Face's Doug Tompkins and Patagonia's Yvon Chouinard. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2858951>
- Kamins, M. A. (1989). Celebrity and Noncelebrity Advertising in a Two-Sided Context. *Journal of Advertising Research*, June/July, 24–42.
- Kang, J., & Choi, W. J. (2016). Endorsed Sustainable Products: The Role of Celebrity Ethicality and Brand Ethicality. *Clothing and Textiles Research Journal*, 34(4), 303–319. <https://doi.org/10.1177/0887302X16658345>
- Kim, S., & Lee, H. (2019). The Effect of CSR Fit and CSR Authenticity on the Brand Attitude. *Sustainability*. <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v12y2019i1p275-d303116.html>
- Koernig, S. K., & Boyd, T. C. (2009). *To Catch a Tiger or Let Him Go : The Match-up Effect and Athlete Endorsers for Sport and Non-Sport Brands*. 18(1), 25–37.
- Lafferty, B. A., & Goldsmith, R. E. (1999). Corporate credibility's role in consumers' attitudes and purchase intentions when a high versus a low credibility endorser is used in the Ad. *Journal of Business Research*, 44(2), 109–116. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00002-2](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00002-2)

- Lafferty, B. A., & Goldsmith, R. E. (2004). How Influential are Corporate Credibility and Endorser Attractiveness When Innovators React to Advertisements for a New High-Technology Product? *Corporate Reputation Review*, 7(1), 24–36. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540209>
- Lafferty, B. A., Goldsmith, R. E., & Newell, S. J. (2002). The Dual Credibility Model: The Influence of Corporate and Endorser Credibility on Attitudes and Purchase Intentions. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(3), 1–11. <https://doi.org/10.1080/10696679.2002.11501916>
- Lee, G., Cho, S. Y., Arthurs, J., & Lee, E. K. (2020). Celebrity CEO, identity threat, and impression management: Impact of celebrity status on corporate social responsibility. *Journal of Business Research*, 111(March), 69–84. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.015>
- Lee, J. S., Kwak, D. H., & Moore, D. (2015). Athletes' transgressions and sponsor evaluations: A focus on consumers' moral reasoning strategies. *Journal of Sport Management*, 29(6), 672–687. <https://doi.org/10.1123/JSM.2015-0051>
- Li, Y., Liu, B., & Huan, T. C. (T. C.). (2019). Renewal or not? Consumer response to a renewed corporate social responsibility strategy: Evidence from the coffee shop industry. *Tourism Management*, 72(September 2018), 170–179. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.031>
- Liu, M. T., & Brock, J. L. (2011). Selecting a female athlete endorser in China: The effect of attractiveness, match-up, and consumer gender difference. *European Journal of Marketing*, 45(7), 1214–1235. <https://doi.org/10.1108/03090561111137688>
- Louie, T. A., Kulik, R. L., & Jacobson, R. (2001). When Bad Things Happen to the Endorsers of Good Products. *Marketing Letters*, 12(1), 13–23.
- Magnini, V. P., Honeycutt, E. D., & Cross, A. M. (2008). Understanding the use of celebrity endorsers for hospitality firms. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 57–69. <https://doi.org/10.1177/1356766707084219>
- McCracken, G. (1989). Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 310. <https://doi.org/10.1086/209217>
- Menon, S., & Kahn, B. E. (2003). Corporate Sponsorships of Philanthropic Activities: When Do They Impact Perception of Sponsor Brand? *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 316–327. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_12
- Miller, F. M., & Laczniak, G. R. (2011). The ethics of celebrity-athlete endorsement: What happens when a star steps out of bounds? *Journal of Advertising Research*, 51(3), 499–510. <https://doi.org/10.2501/JAR-51-3-499-510>
- Morimoto, M. (2018). Congruence and celebrity endorser credibility in Japanese OTC drug advertising. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 12(3), 234–250. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-09-2017-0049>
- Nam-Hyun Um. (2010). Celebrity Scandal Fallout: How Attribution Style Can Protect the Sponsor. *Psychology & Marketing*, 30(6), 461–469. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Nurchalim, & Tyas, A. A. W. P. (2020). Celebrity endorser Iwan Fals dan keputusan pembelian Top Coffee. *JCA Ekonomi*, 1(2), 350–357. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/81>
- Panda, T. K., Kumar, A., Jakhar, S., Luthra, S., Garza-Reyes, J. A., Kazancoglu, I., & Nayak, S. S. (2020). Social and environmental sustainability model on consumers' altruism, green purchase intention, green brand loyalty and evangelism. *Journal of Cleaner Production*, 243, 118575. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118575>
- Paul, J., & Bhakar, S. (2018). Does celebrity image congruence influences brand attitude and purchase intention? *Journal of Promotion Management*, 24(2), 153–177. <https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1360826>

- Pittman, M., & Abell, A. (2021). More Trust in Fewer Followers: Diverging Effects of Popularity Metrics and Green Orientation Social Media Influencers. *Journal of Interactive Marketing*, 56(xxxx), 70–82. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2021.05.002>
- Russell, C. A. (2002). Investigating the effectiveness of product placements in television shows: the role of modality and plot connection congruence on brand memory and attitude. *Journal of Consumer Research*, 29(3).
- Sato, S., Ko, Y. J., Kaplanidou, K. (Kiki), & Connaughton, D. P. (2016). Consumers' comparative evaluative judgment of athlete endorsers. *Journal of Sport Management*, 30(5), 553–565. <https://doi.org/10.1123/jism.2015-0296>
- Schmeltz, L. (2012). Consumer-oriented CSR communication: Focusing on ability or morality? *Corporate Communications*, 17(1), 29–49. <https://doi.org/10.1108/13563281211196344>
- Smith, N. C., Read, D., & López-Rodríguez, S. (2012). Consumer Perceptions of Corporate Social Responsibility: The CSR Halo Effect. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1577000>
- Stefanone, M. A., Lackaff, D., & Rosen, D. (2010). The relationship between traditional mass media and “social media”: Reality television as a model for social network site behavior. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 54(3), 508–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2010.498851>
- Sun, J., Leung, X. Y., & Bai, B. (2021). How social media influencer's event endorsement changes attitudes of followers: the moderating effect of followers' gender. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(7), 2337–2351. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-0959>
- Tran, G. A., & Strutton, D. (2014). Understanding the Acceptance of Mobile SMS Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, 31(4), 461–469. <https://doi.org/10.1002/mar.20695>
- Troise, C., & Camilleri, M. A. (2021). The Use of Digital Media for Marketing, CSR Communication and Stakeholder Engagement. *Strategic Corporate Communication in the Digital Age, November 2020*, 161–174. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-264-520211010>
- Varalakshmi. (2011). Is Celebrity Endorsement Ethical or Unethical in Brand Building. *Indian Journal of Applied Research*, 3(12), 288–291. <https://doi.org/10.15373/2249555x/dec2013/86>
- Vincent Molelekeng, B., & Bongazana Dondolo, H. (2021). Effect of celebrity endorsers' attributes on purchase intentions in South Africa. *Innovative Marketing*, 17(4), 111–119. [https://doi.org/10.21511/im.17\(4\).2021.10](https://doi.org/10.21511/im.17(4).2021.10)
- von Mettenheim, W., & Wiedmann, K. P. (2021). The complex triad of congruence issues in influencer marketing. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(5), 1277–1296. <https://doi.org/10.1002/cb.1935>
- Walker, L. (2015). *A Woman's Right: Promoting the Pursuit of Gender Equality in the Workplace*. 1–55.
- Wen, J. (Taylor), & Song, B. (2017). Corporate Ethical Branding on YouTube: CSR Communication Strategies and Brand Anthropomorphism. *Journal of Interactive Advertising*, 17(1), 28–40. <https://doi.org/10.1080/15252019.2017.1295291>
- Wiley, D. (2014). *Why Brands Should Turn To Bloggers Instead Of Celebrity Spokespeople*. <https://marketingland.com/brands-turn-bloggers-instead-celebrity-spokespeople-75971>
- Zerbini, F. (2017). CSR Initiatives as Market Signals: A Review and Research Agenda. *Journal of Business Ethics*, 146(1). <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2922-8>
- Zhou, L., & Whitla, P. (2013). How negative celebrity publicity influences consumer attitudes: The mediating role of moral reputation. *Journal of Business Research*, 66(8), 1013–1020. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.12.025>

10 The Use of Artificial Intelligence in Corporate Governance

Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS, CA, Ak.

The rapid emergence and evolution of AI techniques have raised many questions for companies. One of these is how to make informed decisions when it comes to adopting it into their operations (Kazemi and Alavi, 2022). In addition to investing in training their staff, companies also have to decide which tasks and functions it can automate and which investments it should make (Torre, Teigland and Engstam, 2020).

Artificial intelligence (AI) can be useful in decision-making, as it can help companies predict what will happen in the future and analyze trends. However, its unregulated use can have various risks. These include the loss of control over the decisions that it makes, as well as the misuse of data (Lin *et al.*, 2021; McBride, Dastan and Mehrabinia, 2022; Xu *et al.*, 2022).

The rise of AI has led to a significant transformation in corporate governance. Due to the technological advancements that have occurred, it's now more important than ever that organizations adopt ethical and transparent practices (Hilb, 2020; Farooq, Noor and Maqbool, 2023). It's important to ensure that the use of AI is done in a transparent and ethical manner. Final decisions should be made by humans, and the issues related to its use should be addressed by the appropriate governance bodies.

This article will explore the use of AI in corporate governance, starting from the relation between Corporate Governance and Artificial Intelligence, how AI can be used to automate data collection and analysis, how can AI be used to improve compliance in corporate governance including the best practices in the field, and some challenges that companies face in implementing Corporate Governance, as well as some potential risks of relying too heavily on AI.

10.1 Relation between corporate governance and AI

AI is transforming corporate governance by improving decision-making, enabling efficient risk management and compliance, automating administrative tasks, and raising ethical considerations. Corporate governance practitioners need to consider the impacts that AI

may have on corporate governance and prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions.

Corporate governance and artificial intelligence (AI) are related in several ways. According to Farooq and Maqbool (2023) some of the ways in which AI is impacting corporate governance are as follows:

- a. Improved decision-making: AI can provide knowledgeable insights for decision-making and control management in corporate governance. By analyzing vast amounts of data, AI can provide insights that enable companies to make informed decisions.
- b. Efficient risk management and compliance: AI-powered tools can automate data collection, analysis, and monitoring processes, enabling efficient risk management and compliance. Machine learning algorithms can identify potential compliance breaches, flag suspicious transactions, and mitigate operational risks.
- c. Automation of administrative tasks: AI can automate routine administrative tasks, enabling board members to focus on strategic discussions and value-added decision-making.
- d. Ethical considerations: As AI becomes deeply integrated into corporate governance, addressing ethical considerations becomes paramount. Organizations must prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions. Explainable AI, ethical AI frameworks, and human oversight are essential to ensure responsible AI governance.
- e. Skills needed: Corporate governance that incorporates AI requires specific skills, including data management, responsible AI system design, system security, and understanding the ethical and social implications of AI.
- f. Impact on stakeholders: AI may impact corporate governance in all potential interfaces with stakeholders. For example, AI could be used to provide workforce engagement mechanisms that are reviewed by the designated non-executive director.

10.2 The trends in implementing corporate governance in companies

The rapid emergence and evolution of AI have created many new opportunities for corporations, but they also have raised concerns about their potential impact on the privacy and security of their customers. In this article, we discuss some of the key trends that are expected to affect the way companies are governed. Some of these include the increasing transparency and accountability of corporate board members, the use of artificial intelligence in data management and the development of a framework for protecting consumer rights (Farooq, Noor and Maqbool, 2023).

Lin and Chang (2021) list the seven most important trends in corporate governance such as increased transparency and accountability, the inclusion of board members with technology expertise, assessing the risks and ethical impact of AI, the use of AI in audit and compliance, data accountability and algo -the rhythms of AI, the protection of consumer rights and the need for continuous education and training in the field of AI.

Lin and Chang (2021) identify the following trends have a significant impact on corporate governance. These include increasing the number of board members with technology expertise, the use of artificial intelligence in compliance, consumer protection, and the need for training and education in the field. These trends are reshaping the way companies run their business and adapt to technological changes. They underscore the

growing importance of corporate governance in an increasingly digital and data-driven world. Board members must be prepared to face these challenges and make informed decisions to ensure the sustainability and success of their business (McBride, Dastan and Mehrabinia, 2022).

- a. Increased transparency and accountability: Artificial intelligence (AI) brings with it the need for greater transparency and accountability in corporate decisions and processes. Companies are expected to provide explanations and justify decisions made based on AI algorithms, ensuring transparency and protecting the rights of consumers and other stakeholders.
- b. Board of Directors with technology expertise: An important trend is the inclusion of board members with technology expertise and understanding of the impact of AI. This ensures more effective governance and strategic dialogue regarding the use of AI technology, assessing risks and opportunities, and making informed decisions.
- c. Ethical risk and impact assessment of AI: AI brings new risks and challenges, such as data privacy, algorithmic discrimination and ethical responsibility. Corporate governance must include appropriate assessment and management of these risks, ensuring the ethical use of AI and protecting the interests of all stakeholders.
- d. AI-powered auditing and compliance: AI technology can be used to support the audit and compliance process within organizations. Artificial intelligence systems can automatically analyze risks and identify deviations from internal regulations and policies, thus facilitating the audit process and reducing human error.
- e. Liability for AI data and algorithms: Companies must be responsible for the provenance and quality of data used in AI algorithms. Corporate governance must ensure transparency and accountability regarding data processing and the use of AI algorithms to avoid discrimination and unfair decisions.
- f. Protection of consumer rights: The use of AI may involve the collection and processing of significant amounts of personal data. Corporate governance must ensure compliance with data protection laws and protect consumers' rights to data privacy and security.
- g. Continuing education and training: Corporate governance must support continuing AI education and training for both board members and employees. This ensures a deeper understanding of AI technology, its implications and how it can be used responsibly and ethically.

These trends reflect the importance of adapting corporate governance to the challenges and opportunities created by artificial intelligence. In an ever-changing and digitized world, organizations must understand and respond to new AI governance requirements to ensure long-term success and maintain trust and relevance among stakeholders. By implementing strong and proactive AI governance, companies can reap the benefits of the technology and minimize the risks associated with its use.

10.3 Benefits of using AI in corporate governance

AI is becoming more prevalent in corporate governance, allowing organizations to make informed decisions and improve their risk management (Lin *et al.*, 2021). It can also automate various administrative tasks and raise ethical concerns. Here are some benefits of using AI in corporate governance:

- a. AI can help make better decisions in corporate governance by analyzing data and providing helpful insights for the management of control and decision-making.

- b. Automated tools that use AI can help organizations collect, analyze, and monitor data efficiently. They can also help detect potential breaches and improve the efficiency of their risk management.
- c. AI-based tools can automate the collection, monitoring, and analysis of data, facilitating compliance and risk management. Machine learning-based systems can identify possible breaches, anomalous transactions, and operational hazards.
- d. AI can automate many administrative tasks, allowing members of the board to focus on strategic deliberations and enhancing decision-making.
- e. AI can help detect deviations from regulations, which would be beneficial for organizations in their efforts to comply with these laws.
- f. AI can enhance accountability and transparency in corporate governance by delivering actionable insights and data-driven conclusions.
- g. AI can also help in detecting potential breaches of regulations.
- h. AI can enhance corporate governance's efficiency through the automation of various tasks, allowing companies to make better decisions.
- i. AI can assist in identifying and mitigating operational and compliance risks by flagging anomalous transactions and possible breaches.
- j. AI can help companies cut down on costs by automating certain tasks and providing helpful insight that enables them to make more informed decisions.

According to Veltrop *et al.* (2020) and Kazemi and Alavi (2022), AI can help companies improve their risk management, efficiency, and decision-making processes, as well as automate various administrative tasks, detect potential breaches of regulations, increase transparency, and reduce costs. Corporate governance professionals should carefully consider the possible impacts of such technology on the way they operate.

10.4 AI tools that can be used in Corporate Governance

Traditionally, the role of the board chair is to provide independent oversight of the CEO and ensure that the company's strategy and goals are being carried out. However, recent innovations have revealed that the role of the board chair can be more than just a function of overseeing the CEO. Instead, it is a hybrid role that involves both strategic decision-making and oversight (Kazemi and Alavi, 2022). Szenes and Tureczki (2021) and Lin *et al.* (2021) mention there are several AI tools that can be used in corporate governance, including IBM Watson, Compliance.ai, Board Intelligence, DataRobot, Kira Systems, and Blue Prism. These tools can improve decision-making, assist with compliance, automate administrative tasks, and save costs. Corporate governance practitioners need to consider the impacts that AI may have on corporate governance and prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions.

- IBM Watson: IBM Watson is an AI-powered tool that can be used to enhance cybersecurity measures.
- Compliance.ai: Compliance.ai is an AI-powered tool that can assist with compliance by detecting potential violations of regulations.
- Board Intelligence: Board Intelligence is an AI-powered tool that can automate routine administrative tasks, enabling board members to focus on strategic discussions and value-added decision-making.
- DataRobot: DataRobot is an AI-powered tool that can be used to improve decision-making by analyzing vast amounts of data and providing insights that enable companies to make informed decisions.

- Kira Systems: Kira Systems is an AI-powered tool that can assist with contract analysis and due diligence.
- Blue Prism: Blue Prism is an AI-powered tool that can automate routine tasks, enabling companies to save costs and improve efficiency.

10.5 Example of AI usage in firms

AI is being used in corporate governance to improve decision-making, enable efficient risk management and compliance, automate administrative tasks, detect potential violations of regulations, and ensure procedural regularity and transparency (Libman, Dolgopyatova and Yakovlev, 2020). Hilb (2020) also explains that corporate governance practitioners need to consider the impacts that AI may have on corporate governance and prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions. Here are some examples:

- a. IBM: Through the use of artificial intelligence, IBM can help improve the efficiency and effectiveness of cybersecurity measures. It can also help prevent unauthorized access to its systems and data.
- b. AstraZeneca: AstraZeneca ensures procedural regularity and transparency in corporate AI governance, especially during the Covid era.
- c. Improved decision-making: Artificial intelligence can help organizations make better decisions and improve their control over their operations. It can assist in identifying and implementing effective strategies.
- d. Efficient risk management and compliance: AI-powered tools can automate data collection, analysis, and monitoring processes, enabling efficient risk management and compliance. This is because AI can process large amounts of data quickly and accurately, and identify patterns and trends that would be difficult or impossible for humans to spot.
- e. Artificial intelligence has the capability to automate numerous administrative tasks, thereby enabling board members to dedicate their attention to strategic decision-making and other significant concerns. This ultimately leads to a more efficient and effective utilization of their time and resources.
- f. AI algorithms can analyze large amounts of data and identify patterns or anomalies that may indicate non-compliance with regulations. This can include monitoring financial transactions for signs of money laundering, analyzing employee behavior for potential insider trading, or scanning documents for compliance with data protection laws.
- g. By utilizing artificial intelligence (AI) to identify possible infractions, companies have the ability to take proactive measures in resolving compliance concerns before they develop into significant complications. This approach can effectively mitigate legal and financial repercussions, while also safeguarding the organization's reputation.
- h. Skills needed: Corporate governance that incorporates AI requires specific skills, including data management, responsible AI system design, system security, and understanding the ethical and social implications of AI.

However, it's important to note that AI is not infallible and should be used as a tool to assist human decision-making rather than replacing it entirely. Human oversight and judgment are still crucial in interpreting the AI's findings and taking appropriate action.

10.6 How can AI be used to automate data collection and analysis

AI can be used to automate data collection and analysis in corporate governance by enabling efficient risk management and compliance, automating administrative tasks, providing real-time data governance checks and updates, handling huge volumes of unstructured data, and improving always-on data security and integrity (Hilb, 2020; Szenes and Tureczki, 2021; McBride, Dastan and Mehrabinia, 2022). By leveraging AI in corporate governance, organizations can proactively address compliance requirements, reduce risks, and foster a culture of ethical conduct. Here are some examples:

- a. Efficient risk management and compliance: AI-powered tools can automate data collection, analysis, and monitoring processes, enabling efficient risk management and compliance. Machine learning algorithms can identify potential compliance breaches, flag suspicious transactions, and mitigate operational risks.
- b. Automation of administrative tasks: AI can automate routine administrative tasks, enabling board members to focus on strategic discussions and value-added decision-making. This can include automating data collection and analysis processes.
- c. Real-time data governance checks and updates: AI can provide real-time data governance checks and updates, enabling organizations to make real-time adjustments to data and governance efforts.
- d. Handling huge volumes of unstructured data: AI can handle huge volumes of unstructured data that is gathered from multiple sources to streamline supply chains and personalize customer experiences. This can include automating the analysis of this data to identify patterns and trends.
- e. Always-on data security and integrity: AI can improve always-on data security and integrity by automating analysis and monitoring of data privacy, compliance, and security.

10.7 Challenges of implementing AI-powered data analysis

Implementing AI-powered data analysis in corporate governance can bring several benefits, but it also poses some challenges (Hickman and Petrin, 2020; Xu *et al.*, 2022). Organizations need to address challenges related to data quality, data privacy and security, skills gap, ethical considerations, and costs to ensure successful implementation of AI-powered data analysis in corporate governance. Here are some challenges of implementing AI-powered data analysis in corporate governance:

- a. Data quality: AI-powered data analysis requires high-quality data to produce accurate insights. Poor data quality can lead to inaccurate insights and decisions.
- b. Data privacy and security: AI-powered data analysis requires access to sensitive data, which can pose risks to data privacy and security. Organizations need to ensure that data is protected and secure.
- c. Skills gap: Implementing AI-powered data analysis requires specific skills, including data management, responsible AI system design, system security, and understanding the ethical and social implications of AI. Organizations may need to invest in training and hiring to bridge the skills gap.
- d. Ethical considerations: As AI becomes deeply integrated into corporate governance, addressing ethical considerations becomes paramount. Organizations must prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions. Explainable AI, ethical AI frameworks, and human oversight are essential to ensure responsible AI governance.

- e. Costs: Implementing AI-powered data analysis can be costly, requiring investments in technology, infrastructure, and talent. Organizations need to weigh the costs against the potential benefits.

10.8 The use of AI to improve compliance in corporate governance

AI can be used to improve compliance in corporate governance by automating data collection and analysis, providing real-time monitoring, improving risk management, enabling efficient compliance management, and improving transparency (Veltrop *et al.*, 2020; Lin and Chang, 2021; McBride, Dastan and Mehrabinia, 2022). However, organizations need to address challenges related to data quality, data privacy and security, skills gap, ethical considerations, and costs to ensure successful implementation of AI-powered compliance in corporate governance. Here are some ways AI can be used to improve compliance in corporate governance:

- a. Automating data collection and analysis: AI-powered tools can automate data collection, analysis, and monitoring processes, enabling efficient risk management and compliance. Machine learning algorithms can identify potential compliance breaches, flag suspicious transactions, and mitigate operational risks.
- b. Real-time monitoring: AI can provide real-time monitoring of compliance-related activities, enabling organizations to identify and address potential compliance issues quickly.
- c. Improved risk management: AI can assist with compliance by detecting potential violations of regulations and mitigating operational risks.
- d. Efficient compliance management: AI can automate routine administrative tasks, enabling compliance teams to focus on more complex tasks.
- e. Improved transparency: AI can improve transparency in compliance by providing data-driven decisions and insights.
- f. However, there are also some challenges that need to be addressed when implementing AI-powered compliance in corporate governance. These include:
- g. Data quality: AI-powered compliance requires high-quality data to produce accurate insights. Poor data quality can lead to inaccurate insights and decisions.
- h. Data privacy and security: AI-powered compliance requires access to sensitive data, which can pose risks to data privacy and security. Organizations need to ensure that data is protected and secure.
- i. Skills gap: Implementing AI-powered compliance requires specific skills, including data management, responsible AI system design, system security, and understanding the ethical and social implications of AI. Organizations may need to invest in training and hiring to bridge the skills gap.
- j. Ethical considerations: As AI becomes deeply integrated into compliance, addressing ethical considerations becomes paramount. Organizations must prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions. Explainable AI, ethical AI frameworks, and human oversight are essential to ensure responsible AI governance.

10.9 The use of AI to detect and prevent fraud in corporate governance

AI can be used to detect and prevent fraud in corporate governance by automating data collection and analysis, providing real-time monitoring, improving risk management, enabling efficient compliance management, and improving transparency (RiepeJames,

2007; Massi, 2016; Aureli *et al.*, 2020; Kafidipe *et al.*, 2021). However, organizations need to address challenges related to data quality, data privacy and security, skills gap, ethical considerations, and costs to ensure successful implementation of AI-powered fraud detection in corporate governance (Gull, Ahsan and Haque, no date; Shivdasani, Zenner and Zenner, 2004; RiepeJames, 2007; Kakar *et al.*, 2021). Here are some examples:

- a. Automated fraud detection: AI-powered tools can automate data collection, analysis, and monitoring processes, enabling efficient fraud detection. Machine learning algorithms can identify potential fraud cases, flag suspicious transactions, and mitigate operational risks.
- b. Real-time monitoring: AI can provide real-time monitoring of transactions and activities, enabling organizations to identify and address potential fraud issues quickly.
- c. Improved risk management: AI can assist with fraud detection by detecting potential violations of regulations and mitigating operational risks.
- d. Efficient compliance management: AI can automate routine administrative tasks, enabling compliance teams to focus on more complex tasks, including fraud detection.
- e. Improved transparency: AI can improve transparency in fraud detection by providing data-driven decisions and insights.

However, there are also some challenges that need to be addressed when implementing AI-powered fraud detection in corporate governance (Massi, 2016; Aureli *et al.*, 2020; Guedhami *et al.*, 2022). These include:

- a. Data quality: AI-powered fraud detection requires high-quality data to produce accurate insights. Poor data quality can lead to inaccurate insights and decisions.
- b. Data privacy and security: AI-powered fraud detection requires access to sensitive data, which can pose risks to data privacy and security. Organizations need to ensure that data is protected and secure.
- c. Skills gap: Implementing AI-powered fraud detection requires specific skills, including data management, responsible AI system design, system security, and understanding the ethical and social implications of AI. Organizations may need to invest in training and hiring to bridge the skills gap.
- d. Ethical considerations: As AI becomes deeply integrated into fraud detection, addressing ethical considerations becomes paramount. Organizations must prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions. Explainable AI, ethical AI frameworks, and human oversight are essential to ensure responsible AI governance.

10.10 Best practices for implementing AI in corporate governance

Implementing AI in corporate governance requires careful planning and execution to ensure that the benefits of AI are realized while minimizing the risks (MacCarthy and Adoboe-Mensah, 2023). Best practices include building on existing policies and governance structures, focusing on risk management, empowering employees through continuous education and change management, ensuring procedural regularity and transparency (Massi, 2016), using pragmatic and action-oriented terminology, and ensuring explainability and accountability (Guedhami *et al.*, 2022). Massi (2016) points out some best practices for implementing AI in corporate governance:

- a. Build on existing policies and governance structures: AI governance is most likely to be effective when integrated into existing governance structures and business processes. Policies that duplicate existing structures may be perceived as unnecessary by the people expected to implement them. Rather than adding steps to their software development processes, organizations can simply update them so that solution requirements align with the objectives of AI governance.
- b. Focus on risk management: Organizations should focus on risk management in the development and procurement of AI solutions. This includes ensuring that data privacy and security are protected, and that AI solutions are transparent and accountable.
- c. Empower employees through continuous education and change management: Organizations should empower employees through continuous education and change management to ensure that they understand the benefits and risks of AI and are equipped to use AI solutions effectively.
- d. Ensure procedural regularity and transparency: Organizations should ensure procedural regularity and transparency to ensure that AI solutions are deployed ethically and responsibly.
- e. Use pragmatic and action-oriented terminology: Organizations should use pragmatic and action-oriented terminology to ensure that AI solutions are understood and adopted by stakeholders.
- f. Ensure explainability and accountability: Organizations should ensure that AI solutions are explainable and accountable to ensure that stakeholders can understand how decisions are made and who is responsible for them.

AI governance should be integrated into existing governance structures and business processes to be most effective. This can be done by updating existing policies and procedures to align with the objectives of AI governance, rather than adding new steps. Organizations should also focus on risk management in the development and procurement of AI solutions, ensuring that data privacy and security are protected, and that AI solutions are transparent and accountable.

10.11 Some key considerations when implementing AI in corporate governance

Guedhami *et al.* (2022) point out that implementing AI in corporate governance requires careful consideration of data quality, data privacy and security, skills gap, ethical considerations, risk management, employee empowerment, procedural regularity and transparency, and business objectives. By addressing these key considerations, organizations can ensure that AI solutions are deployed ethically and responsibly, and that the benefits of AI are realized while minimizing the risks. When implementing AI in corporate governance, there are several key considerations that organizations should keep in mind (Ivashkovskaya and Ivaninskiy, 2020). Here are some of the most important ones:

- a. Data quality: AI-powered solutions require high-quality data to produce accurate insights. Poor data quality can lead to inaccurate insights and decisions.
- b. Data privacy and security: AI-powered solutions require access to sensitive data, which can pose risks to data privacy and security. Organizations need to ensure that data is protected and secure.
- c. Skills gap: Implementing AI-powered solutions requires specific skills, including data management, responsible AI system design, system security, and understanding the

- ethical and social implications of AI. Organizations may need to invest in training and hiring to bridge the skills gap.
- d. Ethical considerations: As AI becomes deeply integrated into corporate governance, addressing ethical considerations becomes paramount. Organizations must prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions. Explainable AI, ethical AI frameworks, and human oversight are essential to ensure responsible AI governance.
 - e. Risk management: Organizations need to focus on risk management in the development and procurement of AI solutions. This includes ensuring that data privacy and security are protected, and that AI solutions are transparent and accountable.
 - f. Empowering employees: Organizations should empower employees through continuous education and change management to ensure that they understand the benefits and risks of AI and are equipped to use AI solutions effectively.
 - g. Procedural regularity and transparency: Organizations should ensure procedural regularity and transparency to ensure that AI solutions are deployed ethically and responsibly.
 - h. Focus on business objectives: Organizations should focus on business objectives when implementing AI solutions in corporate governance. AI solutions should be aligned with the organization's goals and objectives.

10.12 Some challenges when implementing AI in corporate governance

Implementing AI in corporate governance can be challenging for companies due to data quality, data privacy and security, skills gap, ethical considerations (Guedhami *et al.*, 2022), risk management, employee resistance, and costs (Kakar *et al.*, 2021). According to Aureli *et al.* (2020), companies need to address these challenges to ensure successful implementation of AI-powered solutions in corporate governance. By doing so, companies can realize the benefits of AI, including improved decision-making, efficient risk management and compliance, automation of administrative tasks, and improved transparency. Here are some of the key challenges that companies face when implementing AI in corporate governance:

- a. Data quality: AI-powered solutions require high-quality data to produce accurate insights. Poor data quality can lead to inaccurate insights and decisions.
- b. Data privacy and security: AI-powered solutions require access to sensitive data, which can pose risks to data privacy and security. Organizations need to ensure that data is protected and secure.
- c. Skills gap: Implementing AI-powered solutions requires specific skills, including data management, responsible AI system design, system security, and understanding the ethical and social implications of AI. Organizations may need to invest in training and hiring to bridge the skills gap.
- d. Ethical considerations: As AI becomes deeply integrated into corporate governance, addressing ethical considerations becomes paramount. Organizations must prioritize transparency, fairness, and accountability when deploying AI solutions. Explainable AI, ethical AI frameworks, and human oversight are essential to ensure responsible AI governance.
- e. Risk management: Organizations need to focus on risk management in the development and procurement of AI solutions. This includes ensuring that data privacy and security are protected, and that AI solutions are transparent and accountable.

- f. Employee resistance: Employees may resist the implementation of AI solutions due to concerns about job security or a lack of understanding of the technology.
- g. Costs: Implementing AI-powered solutions can be costly, requiring investments in technology, infrastructure, and talent. Organizations need to weigh the costs against the potential benefits.

10.13 Some potential risks of relying too heavily on AI

Relying too heavily on AI in corporate governance can pose several risks, including poor data quality, data privacy and security risks, skills gap, ethical concerns, poor risk management, employee resistance, and high costs (Kafidipe *et al.*, 2021; Kakar *et al.*, 2021). Organizations need to address these risks to ensure that AI solutions are deployed ethically and responsibly, and that the benefits of AI are realized while minimizing the risks (Gull, Ahsan and Haque, no date). By doing so, organizations can improve decision-making, efficient risk management and compliance, automation of administrative tasks, and improved transparency. Here are some potential risks of relying too heavily on AI in corporate governance:

- a. Data quality: AI-powered solutions require high-quality data to produce accurate insights. Poor data quality can lead to inaccurate insights and decisions. Overreliance on AI can lead to a lack of human oversight and quality control, which can result in poor data quality.
- b. Data privacy and security: AI-powered solutions require access to sensitive data, which can pose risks to data privacy and security. Overreliance on AI can lead to a lack of human oversight and control, which can result in data breaches and other security risks.
- c. Skills gap: Implementing AI-powered solutions requires specific skills, including data management, responsible AI system design, system security, and understanding the ethical and social implications of AI. Overreliance on AI can lead to a lack of human skills and expertise, which can result in poor decision-making and governance.
- d. Ethical considerations: Overreliance on AI can lead to a lack of transparency, fairness, and accountability in decision-making and governance. AI solutions may not always be explainable or accountable, which can result in ethical concerns.
- e. Risk management: Overreliance on AI can lead to a lack of human oversight and control, which can result in poor risk management. AI solutions may not always be able to identify and mitigate risks effectively.
- f. Employee resistance: Overreliance on AI can lead to employee resistance due to concerns about job security or a lack of understanding of the technology.
- g. Costs: Overreliance on AI can lead to high costs, requiring investments in technology, infrastructure, and talent. Organizations need to weigh the costs against the potential benefits.

10.14 Summary

Some researches suggest that AI is having a positive impact on the implementation of corporate governance. AI is helping companies to make better decisions, manage risks more effectively, and engage with their shareholders in new and innovative ways. In summary, AI is not yet implemented in many companies due to several factors. Those factors are follow:

- a. AI is still in its early stages of adoption in corporate governance, but it is rapidly gaining traction. A recent survey by Deloitte found that 68% of CFOs believe that AI will play a significant role in corporate governance in the next five years.
- b. AI is being used in a variety of corporate governance applications, including risk assessment, compliance monitoring, financial reporting, boardroom decision-making, and shareholder engagement.
- c. AI has the potential to make corporate governance more transparent, accountable, efficient, and effective. For example, AI can help to automate manual tasks, identify patterns and trends that would be difficult or impossible for humans to spot, and provide insights and recommendations to boards of directors and other decision-makers.
- d. However, there are also some challenges associated with the implementation of AI in corporate governance. These include the lack of awareness and understanding of AI among stakeholders, the resistance to change, the cost of implementing AI, the complexity of corporate governance, and the lack of enforcement of corporate governance regulations in some jurisdictions.

Despite these challenges, the potential benefits of AI for corporate governance are significant. Organizations that are able to successfully implement AI in their corporate governance processes are likely to gain a competitive advantage.

References

- Aureli, S. *et al.* (2020) 'Nonfinancial reporting regulation and challenges in sustainability disclosure and corporate governance practices', *Business Strategy and The Environment* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1002/bse.2509>.
- Farooq, M., Noor, A. and Maqbool, N. (2023) 'How does corporate social responsibility affect financial distress? The moderating role of corporate governance', *Social Responsibility Journal*, 19(8), pp. 1555–1573. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2021-0353>.
- Guedhami, O. *et al.* (2022) 'Challenges for corporate governance at the national and firm levels', *Corporate Governance: An International Review* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1111/corg.12420>.
- Gull, A.A., Ahsan, T. and Haque, A. (no date) 'Corporate governance reforms and risk disclosure quality: evidence from an emerging economy', *Journal of accounting in emerging economies* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1108/jaee-11-2021-0378>.
- Hickman, E. and Petrin, M. (2020) 'Trustworthy AI and Corporate Governance: The EU's Ethics Guidelines for Trustworthy Artificial Intelligence from a Company Law Perspective', *European Business Organization Law Review*, 593–625.
- Hilb, M. (2020) 'Toward artificial governance? The role of artificial intelligence in shaping the future of corporate governance', *Journal of Management and Governance*, 24, pp. 851–870. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10997-020-09519-9>.
- Ivashkovskaya, I. and Ivaninskiy, I. (2020) 'What impact does artificial intelligence have on corporate governance?', *Journal of Corporate Finance Research*, 14(4), pp. 90–101. Available at: <https://doi.org/10.17323/j.jcfr.2073-0438.14.4.2020.90-101>.
- Kafidipe, A. *et al.* (2021) 'Corporate governance, risk management and financial performance of listed deposit money bank in Nigeria', *Cogent Business & Management* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1888679>.
- Kakar, S.K. *et al.* (2021) 'Corporate Governance, Risk Management, and Bank Performance: Does Type of Ownership Matter?', *Journal of Financial Risk Management* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.4236/jfrm.2021.103020>.

- Kazemi, M. and Alavi, S.B. (2022) 'Is context important for understanding board leadership? Exploring chairpersons' leadership roles in board processes of subsidiary companies', *Journal of Management and Governance*, 27, pp. 923–956.
- Libman, A., Dolgopyatova, T.G. and Yakovlev, A.A. (2020) 'Board Empowerment: What Motivates Board Members of Founder-Owned Companies?', *Journal of Management Inquiry*, 29, pp. 188–205.
- Lin, C.-C. *et al.* (2021) 'Combining AI with Corporate Governance to Enhance Operational Efficiency of Universities', *Journal of Physics: Conference Series 1827* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1827/1/012126>.
- Lin, C.-C. and Chang, S.-F. (2021) 'Using AI to Improve Corporate Governance', in *E3S Web of Conferences*. Available at: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124503063>.
- MacCarthy, J. and Adoboe-Mensah, N. (2023) 'Exploring the best corporate governance practices in the public sector organizations in Ghana: The challenges, issues, and prospects', *Corporate governance: An interdisciplinary outlook* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.22495/cgaiop20>.
- Massi, M.L.G. (2016) 'Effectiveness of best practices in corporate governance in combating corruption', *Revista Científica Hermes* [Preprint]. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/f540b3e824a37514e4624491087101da09c22988>.
- McBride, R., Dastan, A. and Mehrabinia, P. (2022) 'How AI affects the future relationship between corporate governance and financial markets: a note on impact capitalism', *Managerial Finance*, 48(8), pp. 1240–1249. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MF-12-2021-0586>.
- RiepeJames, S. (2007) 'Best Practices in Corporate Governance'. Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/50b1890d54bba4317fba1739ada0fc21cf4f9998>.
- Shivdasani, A., Zenner, M. and Zenner, M. (2004) 'Best Practices in Corporate Governance: What Two Decades of Research Reveals', *Journal of Applied Corporate Finance* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1745-6622.2004.tb00536.x>.
- Szenes, K. and Tureczki, B. (2021) 'AI supported Corporate Governance', in *International Symposium on Applied Machine Intelligence and Informatics*.
- Torre, F., Teigland, R. and Engstam, L. (2020) 'The Digital Transformation of Labor', in *The Digital Transformation of Labor*. New York: Routledge, pp. 116–146.
- Veltrop, D.B. *et al.* (2020) 'Too Unsafe to Monitor? How Board–CEO Cognitive Conflict and Chair Leadership Shape Outside Director Monitoring', *Academy of Management Journal* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.5465/amj.2017.1256>.
- Xu, Z. *et al.* (2022) 'The impact of ESG on financial performance: a revisit with a regression discontinuity approach', *Carbon Neutrality*, 1.

Biodata Penulis



Prof. Dr. Rahmawati, M.Si., Ak.

Beliau adalah dosen tetap Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Menyelesaikan S1 dari Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 1991. Memperoleh gelar M.Si. dari S2 Ilmu Akuntansi UGM pada tahun 1997 dan gelar Doktor dari S3 Ilmu Akuntansi UGM pada tahun 2007. Penulis memperoleh jabatan Guru Besar pada tanggal 1 Desember 2009.



Prof. Doddy Setiawan, S.E, M.Si., Ph.D, Ak.

Doddy Setiawan merupakan profesor di bidang akuntansi keuangan. Doddy Setiawan memperoleh gelar SE di program studi Akuntansi dari Universitas Sebelas Maret pada tahun 1998, gelar M.Si di bidang akuntansi dari Universitas Gadjah Mada pada tahun 2001, gelar International Master in Regional Integration dari Asia-Europe Institute, Universiti Malaya, Malaysia pada tahun 2006 dan memperoleh gelar PhD di bidang akuntansi dari School of Management, Universiti Sains Malaysia pada tahun 2015. Doddy Setiawan banyak menulis artikel mengenai corporate governance, akuntansi keuangan, akuntansi sektor public, akuntansi syariah dan usaha kecil dan menengah. Doddy Setiawan juga telah menulis beberapa buku terkait dengan akuntansi.



Dra. Y. Anni Aryani, M.Prof.Acc., Ph.D., Ak., CA., CSRS., CSRA

Beliau adalah Associate Professor di Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret (UNS), Surakarta, Indonesia. Beliau memperoleh gelar S1 dari Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, Surakarta pada tahun 1991. Beliau memperoleh gelar master (S2) (Master of Professional Accounting) dari Queensland University, Brisbane, Australia pada tahun 1999 dan memperoleh gelar S3-nya (Ph.D) dari Victoria University, Melbourne, Australia pada tahun 2009. Beliau adalah Ketua Riset Group Akuntansi Keperilakuan (RGBA) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNS. Saat ini juga menjadi anggota board editor Jurnal Akuntansi dan Bisnis yaitu jurnal terakreditasi Sinta 2 yang dipublikasikan oleh Prodi Akuntansi FEB, UNS. Selain aktivitasnya sebagai dosen tetap di FEB UNS, beliau juga aktif di Pusat Studi Disabilitas (PSD), LPPM UNS.



Ari Kuncara Widagdo, S.E., MBA., Ph.D., Ak.

Beliau adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada tahun 1998, meraih gelar MBA dari Maastricht School of Management Belanda pada tahun 2003, dan meraih gelar Ph.D. di Universiti of Malaya Malaysia pada tahun 2014.



Sri Murni, S.E., M.Si., Ak.

Sri Murni adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi dari Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 1995 dan meraih gelar Magister Sains Akuntansi dari Universitas GadjahMada Yogyakarta pada tahun 2003. Saat ini sedang menyelesaikan Program Doktor di Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.



Dr. Siti Arifah, S.E., M.Si., Ak., CA.

Siti Arifah adalah dosen Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar. Meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto pada tahun 2000 dan meraih gelar Magister Sains dari Program Studi Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto pada tahun 2011, serta menyelesaikan Program Doktor di Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta pada tahun 2023. Penulis mengajar dan meneliti dengan konsentrasi akuntansi publik dan akuntansi keuangan.



Dr. Khairudin, S.E., M.S., Ak.

Penulis merupakan dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung sejak 2003 sampai dengan sekarang. Penulis menamatkan pendidikan S3 pada Proram Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2023, menyelesaikan S2 Ilmu Akuntansi di Universitas Lampung pada tahun 2013 dan menamatkan S1 Akuntansi di Universitas Bandar Lampung pada tahun 1997. Saat ini penulis menjabat sebagai Sekretaris Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung sejak 2014.



Dr. Aminah, S.E., M.S.Ak. CSRS

Dosen Tetap Program Studi Akuntansi FEB Universitas Bandar Lampung, sampai saat ini penulis dipercaya lembaga untuk menjabat struktural sebagai Ketua Program Studi Akuntansi S1. Riwayat pendidikan, penulis lulus dari S1 Akuntansi FEB Universitas Bandar Lampung pada tahun 2001 dan lulus S2 Ilmu Akuntansi FEB Universitas Lampung pada tahun 2013 dan pada tahun 2023 telah menyelesaikan studi S3 PDIE di Universitas Sebelas Maret. Beberapa riset dan publikasi yang telah diterbitkan baik dalam bentuk prosiding maupun jurnal nasional dan internasional meliputi topik corporate governance.



Drs. Agus Budiattanto. M.Si, Ak, CA.

Lulus S1 Jurusan Akuntansi UGM 1986. Lulus S2 Jurusan Akuntansi UGM 2002. Dosen Jurusan Akuntansi FEB UNS 1990 sampai sekarang. Pernah menjabat sebagai Kaprodi D3 Akuntansi FEB UNS. Ketua Pusat Pengembangan Akuntansi FEB UNS. Direktur Tax Center UNS.



Dr. Endang Hariningsih, S.E., M.Sc.

Lahir di Sleman, Yogyakarta pada Agustus 1977. Riwayat pendidikan di jenjang pendidikan tinggi diawali dari memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Sanata Dharma Yogyakarta (2000), dilanjutkan gelar Magister Science di bidang yang sama dari Universitas Gadjah Mada (2009). Pada tahun 2023 telah menyelesaikan Program Doktor di PDIE Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan mendalami disertasi endorser dengan design studi eksperimental dan menulis publikasi tentang Systematic Literature Review. Telah banyak menghasilkan publikasi di jurnal bereputasi dan buku-buku di bidang Manajemen. Untuk korespondensi akademis dapat dihubungi melalui email endang.hariningsih@gmail.com.



Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS, CA, Ak.

Wing Wahyu Winarno memperoleh gelar S1 (Drs) dari Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada tahun 1987, gelar S2 (MAFIS) dari Cleveland State University, Ohio, AS, tahun 1994 dan gelar S3 (Dr) dari Program Pascasarjana Ilmu Akuntansi Universitas Indonesia, Jakarta. Beliau banyak menulis buku di bidang sistem informasi, akuntansi dan statistik. Selain itu, beliau juga aktif mengelola kanal YouTube menggunakan namanya sebagai nama kanalnya. E-mail: wing@stieykpn.ac.id.



Dr. Sri Hartoko, MBA, Ak., CA

Penulis merupakan dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret sejak 1987 sampai dengan sekarang. Penulis merupakan alumnus S1-UGM (1986), S2 MBA Program Western Michigan University (1994) dan S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi UNS (2020). Amanat yang pernah diembannya adalah, Kaprodi PPAK, anggota UAPK, Koordinator MEA UPM FEB UNS dan Anggota Komite Audit PTNBH UNS. Mata Kuliah yang pernah diampu meliputi Akuntansi Keuangan, Akuntansi Manajemen, Teori Akuntansi, Research Issues in Financial Accounting, Metodologi Penelitian.



Dr. Djuminah, M.Si, CA, Ak.

Penulis merupakan dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret sejak 2013 sampai dengan sekarang, dan sejak 1988 sampai dengan 2012 sebagai dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. Penulis merupakan alumnus S1-UNPAD (1986), S2-UGM (1994) dan S3-UNPAD (2010). Amanat yang pernah diembannya adalah Sekretaris Prodi S1-Akuntansi, Staf Bidang Keuangan MM, Wakil Ketua Bidang 2 PAAP, Kaprodi D3, dan Wakil Dekan bidang SDM, Logistik dan Keuangan. Mata Kuliah yang pernah diampu meliputi Akuntansi Keuangan, Akuntansi Manajemen, Pelaporan Keuangan dan Akuntansi Berkelanjutan, Sistem Pengendalian Manajemen, Statistika dan Metodologi Penelitian.



Kiswanto, S.E., M.Si., CMA, CIBA, CERA

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Semarang. Sejak tahun 2009 menjabat Jurusan Akuntansi FEB UNNES. Sebelumnya yakni pada tahun 2007 bekerja di KAP Darsono dan Rekan, Semarang, serta pada tahun 2008 di KAP Benny Gunawan, Semarang. Penulis menamatkan pendidikan Sarjana di Universitas Negeri Semarang pada tahun 2005, menyelesaikan Program Magister di Universitas Diponegoro pada tahun 2007, dan mulai tahun 2021 menempuh studi di Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Sebelas Maret.



Dr. Kusumaningdyah Retno S.E., M.Si., CA, Ak.

Dosen Tetap Program Studi Akuntansi FEB Universitas Alma Ata, Riwayat pendidikan, penulis lulus dari S1 Akuntansi FEB Universitas Islam Indonesia pada tahun 2001 dan lulus S2 Ilmu Akuntansi FEB Universitas Islam Indonesia pada tahun 2013 dan pada tahun 2018 mulai menempuh studi S3 PDIE di Universitas Sebelas Maret. Beberapa riset dan publikasi yang telah diterbitkan baik dalam bentuk prosiding maupun jurnal nasional dan internasional meliputi topik corporate governance.



Dr. Dra. Endang Dwi Amperawati, M.M.

Endang Dwi Amperawati memperoleh gelar S1 (Drs) dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tidar Magelang pada tahun 1985, gelar S2 (MAFIS) dari Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, Jakarta tahun 2010, dan gelar S3 (Dr) dari Program Pascasarjana Ilmu Manajemen Universitas Merdeka, Malang. Beliau banyak menulis buku di bidang sistem informasi, akuntansi dan statistik. Praktisi Arlindo Grup Jakarta, motivator dan memiliki album mini DR. EDA "MaafkanKu". Tahun 2021-sekarang menjabat sebagai wakil rektor III di Universitas Prima Graha Serang. Tahun 2022-sekarang, Ketua Bidang Pendidikan dan Keumatan Pusat ALPPIND (Aliansi Perempuan Peduli Indonesia). Tahun 2023-sekarang, Ketua Dewan Pembina ALPPIND (Aliansi Perempuan Pembina Indonesia).



Dra. Siti Nurlaela, SE, MSi., Ak., CA.

Mulai bekerja di Universitas Islam Batik Surakarta 1990/1991. Menempuh Pendidikan S1 Jurusan P. Akuntansi Di Universitas Muhammadiyah Surakarta Lulus Tahun 1991. S1 Akuntansi STIE Atma Bhakti Lulus Tahun 2000, Menempuh PPAK Profesi Akuntan di Universitas Sebelas Maret Surakarta Lulus 2004, Menempuh S2 Magister Akuntansi Lulus 2009 Di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sebagai pemenang Penerapan Ipteks Ilmu Pengetahuan Teknologi Di Daerah (IPTEKDA) Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) tahun 2013 dan 2015. Penghargaan Indonesian Professional Award (IPA) 2008 Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia dan Kementerian Pemberdayaan Wanita Republik Indonesia. Pemenang Hibah Penelitian Kemenristek Dikti: Penelitian Dosen Muda, Penelitian Hibah Bersaing, Penelitian Pengembangan Unggulan Perguruan Tinggi (PPUPT), Penelitian Strategis Nasional Institusi dan Pengabdian Masyarakat IbM, IBPE, HiLink, PPPE., PKM, dan Penelitian Dasar Kompetitif DIKTI (2021-2023).



Dr. Ir. H. Warsina, M.Si.

Dr. Warsina yang juga terkenal sebagai dalang Warseno Slank, lahir di Klaten 18 Juni 1965. Beliau lulus S1 dari Prodi Budidaya Pertanian Universitas Tunas Pembangunan Surakarta tahun 1991, lulus S2 dari Magister Administrasi Publik Universitas Gadjah Mada tahun 2001, dan lulus S3 dari Ilmu Ekonomi Akuntansi Universitas Sebelas Maret tahun 2022.



Dr. Rita Noviani, S.Si., M.Sc.

Rita Noviani memperoleh gelar sarjana (S.Si) dari program studi Perencanaan Pengembangan Wilayah Universitas Gadjah Mada pada Tahun 1998, dilanjutkan dengan gelar magister (M.Sc) dari Program Studi Geografi Fakultas Geografi di Universitas Gadjah Mada Tahun 2010, dan terakhir memperoleh gelar doktor (Dr.) Di Program Studi Doktor Ilmu Geografi Universitas Gadjah Mada Tahun 2019. Beliau banyak melakukan penelitian terkait dengan kewilayahan dan kebencanaan. Di sisi lain beliau juga melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Desa Cerdas diberbagai wilayah. Beliau juga menulis beberapa buku dan artikel di beberapa jurnal serta memiliki beberapa HKI. Dr. Rita Noviani, S.Si., M.Sc. sekarang menjabat sebagai Kepala Program Studi Magister Pendidikan Geografi di Universitas Sebelas Maret, sekaligus menjadi Ketua Riset Grup Green Earth.

