

# *Political Connection, Public Ownership,* Pengungkapan CSR: Peran Moderasi Ukuran Perusahaan

Mochamad Yahdi Khairin<sup>1)</sup> Amrie Firmansyah<sup>2)\*</sup>

Magister Akuntansi Universitas Trisakti<sup>1)</sup>, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Pembangunan Nasional Veteran Jakarta<sup>2)</sup>

mochamad.yahdi@gmail.com<sup>1)</sup> amriefirmansyah@upnvj.ac.id<sup>2)</sup>

\* Corresponding Author

Diajukan : 24 Februari 2024

Disetujui : 6 Maret 2024

Dipublikasikan : 1 Oktober 2024

## ABSTRACT

*The development of CSR disclosure in Indonesia has not been maximized by private and state-owned companies. Many factors can affect CSR disclosure. This study aims to determine the effect of political connection and public ownership on CSR disclosure in state-owned companies using company size as a moderating variable. The data used comes from financial reports and sustainability reports as well as annual reports on state-owned companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2020 to 2022. Multiple regression analysis is used to test the hypothesis in this research panel data. The sample used in this study amounted to 24 BUMN companies over a three-year period so the total sample amounted to 72 observations. The research results obtained from processed data using Eviews 12 show that political connection has no effect on CSR disclosure, while public ownership is negatively related to CSR disclosure. In addition, company size can strengthen the positive effect of public ownership on CSR disclosure. So this study shows that what can affect CSR disclosure is public ownership which is moderated by the company size variable.*

**Keywords:** CSR Disclosure, Political Connection, Public Ownership, Ukuran Perusahaan.

## PENDAHULUAN

Menurut Xu & Zeng (2016) menyatakan bahwa pengungkapan CSR merupakan aspek yang penting dalam mempengaruhi pengambilan keputusan bisnis perusahaan. Hal ini karena pengungkapan CSR merupakan hal yang penting dalam bisnis perusahaan untuk mendorong komitmen tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat. Sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat atas aktivitas operasi perusahaan di sekitar, perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR. Dengan adanya pengungkapan CSR membuat masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya dapat memantau kegiatan yang terkait dengan tanggung jawab perusahaan akibat kerusakan (Winarto & Rachmawati, 2020)

Kegiatan pengungkapan CSR merupakan kebutuhan yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sebagai bentuk perhatian dan tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan beroperasi. Kegiatan CSR merupakan kegiatan wajib yang diatur secara khusus dalam regulasi diantaranya yaitu Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang pelaksanaan tanggung sosial dan lingkungan adalah kewajiban bagi perseroan untuk menjalankan kegiatan usahanya, UU Nomor 2007 tentang penanaman modal pada pasal 15 bagian (b) yang menyatakan bahwa setiap penanaman modal wajib melakukan kegiatan CSR, dan Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/04/2021 terkait Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara.

Pada dasarnya kegiatan CSR bersifat sukarela, namun karena adanya regulasi yang telah diatur oleh pemerintah maka kegiatan CSR bersifat wajib secara implisit (Xu & Zeng, 2016). Tujuan pemerintah dalam membuat regulasi terkait perusahaan berkewajiban melakukan CSR adalah agar perusahaan bertanggung jawab akibat dari operasi perusahaan yang mungkin

memberikan dampak kepada lingkungan dan masyarakat sekitar. Namun saat ini perkembangan pelaksanaan pengungkapan CSR di Indonesia belum dilakukan secara maksimal oleh perusahaan swasta maupun BUMN. Menurut (Nayenggita et al., 2019), pelaksanaan CSR di Indonesia saat ini masih dilakukan berdasarkan perspektif pembagian keuntungan yang digunakan menjawab keinginan bukan pada kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat. Sedangkan pelaksanaan CSR di negara-negara lain misalnya di Amerika Serikat, pelaksanaan CSR didasari berdasarkan untuk penyelesaian masalah yang spesifik contohnya yang dilakukan perusahaan Dell di mana perusahaan tersebut hasil penjualan atas produk laptop barunya disumbangkan untuk penanganan masalah AIDS/HIV. Selain itu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Center for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School yang dimuat CNN Indonesia mengungkapkan bahwa kualitas CSR yang dilakukan di industri Indonesia dinilai rendah dibandingkan kualitas CSR yang dilakukan di industri Thailand, Singapura, dan Malaysia (Suastha, 2016).

Pelaksanaan CSR di Indonesia seharusnya dapat lebih baik dibandingkan dengan negara-negara lain, hal ini karena pemerintah Indonesia telah mendorong kesadaran dan tanggung jawab terhadap lingkungan melalui beberapa kebijakan tentang CSR. Hal ini karena di bawah pengaruh kuat pemerintah, CSR secara implisit menjadi wajib walaupun pada dasarnya bersifat sukarela (Xu & Zeng (2016). Pemerintah membuat CSR sebagai cara untuk menghindari perusahaan yang tidak bertanggung jawab yang dapat membahayakan masyarakat. Namun yang terjadi pengungkapan CSR di perusahaan-perusahaan Indonesia masih terhitung rendah, hal ini terlihat dalam Laporan Analisa Praktik Pengungkapan Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola pada Perusahaan Nasional Periode 2020 yang dilakukan oleh Bumi Global Karbon (BGK) Foundation. Hasil laporan menunjukkan bahwa dari 124 perusahaan (101 emiten dan 23 non emiten) yang menerbitkan laporan keberlanjutannya memperoleh nilai rata-rata indeks pengungkapan CSR secara keseluruhan hanya 27%. Oleh karena itu, pengungkapan CSR menjadi topik yang menarik untuk di investigasi lebih lanjut.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR. Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk menemukan faktor yang paling memengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian tersebut menggunakan Ukuran Perusahaan, Likuiditas, *Leverage* dan Profitabilitas (Ulfa et al., 2022); *leverage* dan kepemilikan publik (Pratiwi, 2022); profitabilitas dan *corporate governance* (Kamaliah, 2020); *firm size*, *earning per share*, dan *stock price* (Handoyo, 2020); ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh positif, sedangkan dewan komisaris dan profitabilitas berpengaruh negatif (Anasta & Muslim, 2019); Profitabilitas, Dewan komisaris dan ukuran perusahaan (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019); Ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, sensitivitas lingkungan industry, ukuran dewan, wanita di dewan, internasionalisasi dan reputasi (Dyduch & Krasodomska, 2017).

Isu tata kelola pemerintahan telah menjadi topik yang menarik di perusahaan yang memiliki koneksi politik (Wati et al., 2020). Hal ini karena saat ini banyak perusahaan BUMN untuk *Board of Directors* (BOD) atau *Board of Commissioners* (BOC) ditempati oleh orang-orang yang memiliki hubungan pemerintahan dengan tujuan untuk dapat memanfaatkan modal sosial. Hubungan dekat ini biasa dikenal dengan istilah *political connection*, dimana telah terbukti memberikan keuntungan terhadap bisnis perusahaan antara lain mendapat tarif pajak efektif yang lebih rendah (Wu et al., 2012), kemudahan untuk mendapatkan pinjaman penuh dari bank pemerintah (Fu et al., 2017), prioritas untuk mendapatkan dana talangan (C. H. D. Hung et al., 2017), dan kebebasan untuk masuk ke industri yang sangat teregulasi (Wang et al., 2016).

Di sisi lain, untuk membangun komunikasi dan kepercayaan publik, perusahaan harus mempertimbangkan masalah transparansi informasi yang berkaitan dengan dampak lingkungan dan sosial (Li et al., 2019). Perusahaan yang memiliki koneksi politik ingin menunjukkan bahwa perusahaan bertindak sesuai dengan harapan masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan yang memiliki koneksi politik akan menyebarkan lebih banyak informasi dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki koneksi politik (Tessema, 2019).

Hasil pengujian sebelumnya menyimpulkan bahwa *political connection* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Juwono & Mayangsari, (2022); Suchayati et al., (2022); Muliawati & Hariyati, (2021); Sulistyowati & Prabowo, (2020)). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan dan menciptakan nilai bagi seluruh pemangku

kepentingannya, yang pada gilirannya akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan (Muliawati & Hariyati, 2021). Sebaliknya, hasil menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki koneksi politik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (M. Hung et al., (2018); Trianis (2019); Aviyanti et al., (2022)). Selain itu berdasarkan penelitian Saraswati et al., (2020) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki koneksi politik akan mengurangi pengungkapan CSR karena perusahaan akan lebih mudah mendapatkan perlindungan litigasi. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hasil penelitian tetap tidak konsisten, jadi perlu dilakukan pengujian lagi tentang pengaruh *political connection* terhadap pengungkapan CSR.

Menurut A. A. Zaid et al. (2020), struktur kepemilikan memainkan peran penting dalam pengungkapan kegiatan CSR. Struktur kepemilikan terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan publik. Apabila perusahaan yang kepemilikan sahamnya dimiliki publik, maka semua tindakan dan peristiwa perusahaan harus diinformasikan dan dipahami oleh publik sebagai bagian dari pemegang saham. Hal ini karena *stakeholder* adalah pihak yang mempengaruhi kebijakan dan aktivitas perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Rahayu & Anisyukurlillah, (2015) menyatakan bahwa dengan menjadi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), maka semua aktivitas perusahaan harus diungkapkan karena masyarakat umum atau publik berhak untuk mengetahuinya, dan sebagai bagian dari pemegang saham. Semua aktifitas tersebut salah satunya adalah pengungkapan CSR. Pemegang saham menghargai tindakan CSR dan melihatnya sebagai referensi untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Pemegang saham menilai bahwa perusahaan tidak akan bertahan lama karena tidak memperhatikan CSR sebagai dampak dari bisnisnya, dan investor tidak akan tertarik untuk menempatkan dananya pada perusahaan tersebut. Pelaksanaan CSR seharusnya telah menjadi investasi perusahaan, tidak lagi menjadi beban perusahaan. Hal ini karena perusahaan akan dapat memperoleh legitimasi sosial melalui pengungkapan CSR. Dengan legitimasi sosial, perusahaan akan menerima umpan balik positif dari masyarakat di pasar saham dan mengakibatkan perusahaan memperkuat keuangan jangka panjangnya Nur et al., 2019).

Hasil Pengujian sebelumnya menyimpulkan bahwa *Public Ownership* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Pramesti & Budiasih, (2020); Pratiwi, (2022)). Sebaliknya, hasil menunjukkan bahwa *public ownership* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR (Hunafah et al., (2022); Cahyonowati & Darsono, (2013); dan Gaol & Harjanto, (2019)). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hasil penelitian tetap tidak konsisten, jadi perlu dilakukan pengujian lagi tentang pengaruh *political connection* terhadap pengungkapan CSR.

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yang jarang digunakan dalam penelitian sebelumnya dengan mengaitkan *political connection* dan *public ownership*. Pada penelitian sebelumnya ukuran perusahaan merupakan faktor yang sering digunakan untuk menggambarkan seberapa banyak informasi yang diungkapkan perusahaan (Yudhanti & Tjahjadi, 2021). Perusahaan besar diharapkan dapat mengungkapkan informasi tentang CSR secara umum untuk mengurangi biaya keagenan melalui dukungan publik dan menarik investor (Thio Lie Sha, 2014). Dalam hal pengungkapan CSR, ukuran perusahaan sangat penting karena stakeholder cenderung memberikan perhatian lebih besar kepada perusahaan besar dengan khalayak yang luas daripada perusahaan kecil yang belum terkenal (Reverte, 2009 dalam Waluyo, (2017)). Akibatnya, perusahaan yang lebih besar cenderung melegitimasi dampak bisnis terhadap masyarakat melalui program CSR.

Penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya karena pengungkapan CSR yang dipengaruhi oleh *political connection* dan *public ownership* terdapat ketidak konsisten. Oleh karena itu, peneliti akan menguji kembali variabel ini pada perusahaan BUMN dengan menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. Penelitian ini diharapkan menemukan hasil baru yang mendukung atau menentang penelitian sebelumnya. Selain itu, penambahan variabel moderasi belum pernah digunakan sebelumnya.

## STUDI LITERATUR

Menurut Rofiqkoh & Priyadi, (2016), teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Sehingga teori ini dapat dijadikan perusahaan untuk mempertimbangkan harapan masyarakat dan beradaptasi dengan norma sosial yang berlaku di tempat bisnisnya beroperasi. Menurut teori ini, suatu perusahaan memiliki izin masyarakat yang

dapat dicabut jika masyarakat menilai jika perusahaan tidak melakukan kewajibannya. Kegiatan pengungkapan CSR merupakan hal yang penting dilakukan oleh semua perusahaan khususnya pada perusahaan BUMN. Hal ini karena kegiatan pengungkapan CSR merupakan sarana dalam memberikan informasi tambahan kepada *stakeholder* dan menjadi kebutuhan perusahaan untuk bertahan hidup. Apabila kegiatan Pengungkapan CSR dilakukan dengan baik dan tepat sasaran maka perusahaan akan memperoleh legitimasi dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Legitimasi sendiri merupakan hal yang diperlukan oleh perusahaan untuk keberlanjutan perusahaan yang dipengaruhi oleh kontrak sosial dengan masyarakat. Apabila terjadi ketidak selarasan antara aktivitas perusahaan karena keinginan *stakeholder*, maka mengakibatkan *legitimacy gap*. Menurut Neu et al., (1998) menyatakan bahwa untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas di bawah kendalinya dan menentukan aktivitas publik yang memiliki pengaruh terhadap aktivitas perusahaan.

*Political connection* dapat membantu perusahaan mendapatkan sumber daya yang mereka butuhkan untuk mencapai tujuan mereka dan bahkan dapat memberikan keuntungan yang signifikan, sehingga dapat menyebabkan kinerja keuangan yang lebih baik (Wu et al., 2012). Keuntungan perusahaan salah satunya adalah perusahaan mendapat legitimasi dari masyarakat dan lingkungan. Hal ini karena perusahaan yang memiliki *political connection* memungkinkan perusahaan mendapat pengawasan lebih ketat sehingga membuat perusahaan lebih mudah mematuhi aturan pemerintah. Perusahaan harus memenuhi tanggung jawab sosial sebagai salah satu contoh aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah untuk memastikan keberlangsungan bisnis (Reimsbach et al., 2018). Masalah lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan adalah salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki *political connection* dengan pemerintah lebih banyak untuk mengungkapkan informasi lingkungan, khususnya tentang penghematan energi, pengurangan karbon, dan pembangunan ekonomi (Kuo et al., 2012). Hal ini karena perusahaan yang memiliki *political connection* ingin menunjukkan bahwa mereka bertindak sesuai dengan harapan masyarakat. Dengan demikian hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

**H<sub>1</sub>: Political connection memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.**

Perusahaan yang telah terdaftar dalam Bursa Efek Internasional (BEI) memiliki sebagian besar saham yang dimiliki oleh publik, yang berarti bahwa semua tindakan dan peristiwa perusahaan harus diinformasikan dan dipahami oleh publik sebagai bagian dari pemegang saham. Karena perusahaan dimiliki oleh publik, laporan tahunan harus dipublikasikan kepada publik untuk menjaga kepercayaan investor. Ketika perusahaan mulai *go public*, akuntabilitasnya terhadap masyarakat akan sangat penting (Aprifa & Didik Ardiyanto, 2017). Oleh karena itu, perusahaan dengan kepemilikan publik akan dipaksa untuk mengungkapkan lebih banyak informasi kepada pemangku kepentingan, termasuk pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki kepemilikan publik lebih besar cenderung akan memberikan pengungkapan data yang lebih rinci karena perusahaan merasa lebih bertanggung jawab terhadap masyarakat (Listiwati, 2021). Dengan demikian hipotesis kedua pada penelitian ini adalah:

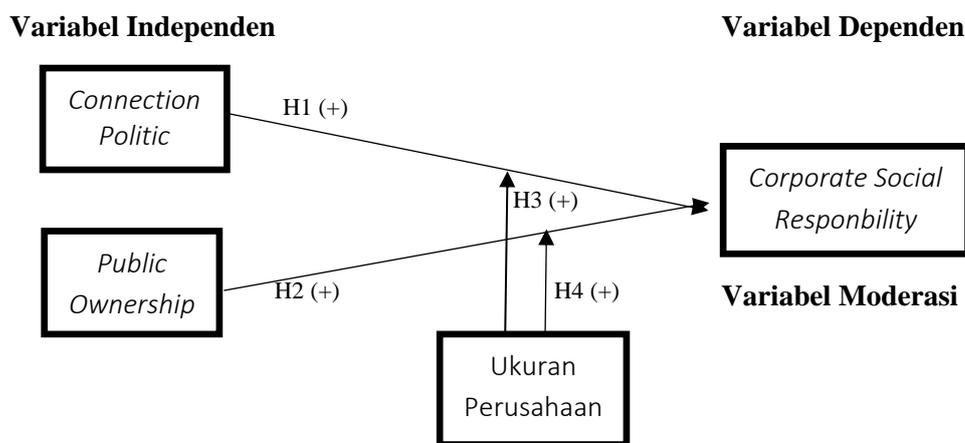
**H<sub>2</sub>: Public ownership memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.**

Perusahaan berusaha untuk melakukan hal-hal yang berkaitan dengan keberlanjutan dan operasi perusahaan dalam konteks tanggung jawab sosial. Perusahaan skala besar paling mungkin mendapatkan pengawasan publik dan harus berinvestasi dalam CSR karena adanya tekanan para *stakeholder* (Luethge & Han, 2012). Perusahaan BUMN besar biasanya memiliki hubungan politik yang kuat. Hal ini dilakukan agar perusahaan besar dapat memainkan peran yang lebih besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perusahaan harus melakukan yang terbaik untuk kepentingan masyarakat dan terlibat dalam kegiatan CSR untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Salah satu cara perusahaan bersikap transparan kepada publik dan mengikuti aturan adalah dengan menyampaikan CSR yang baik (Al-Gamrh & Al-Dhamari, 2016). Dengan demikian hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah:

**H<sub>3</sub>: Ukuran perusahaan memperkuat political connection berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.**

Menurut Gaol & Harjanto (2019), kredibilitas sebuah perusahaan meningkat ketika sahamnya dimiliki oleh publik. Atas peningkatan kepemilikan tersebut, perusahaan harus memperhatikan masalah akuntabilitas publik (Andriana & Anggara, 2019). Hal ini membuat perusahaan berada di bawah tekanan yang lebih besar akibat proporsi kepemilikan publik meningkat, yang berarti bahwa perusahaan harus menyediakan informasi lebih luas yang dibutuhkan publik tentang keadaan perusahaan karena publik memiliki hak atas informasi tersebut (Muttakin et al., 2018). Menurut Luethge & Han, (2012), Perusahaan dengan lebih banyak *stakeholder* akan menggunakan laporan tahunan karena dianggap efisien untuk berkomunikasi, dan karena berbagai *stakeholder*, perusahaan yang lebih besar juga akan berusaha untuk memberikan informasi yang lebih banyak tentang CSR. Dengan demikian hipotesis keempat pada penelitian ini adalah:

**H4: Ukuran perusahaan memperkuat *Public ownership* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR**



**Gambar 1 Kerangka Penelitian**

**METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah Perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2020 hingga 2022. Semua informasi diakses melalui situs web resmi BEI: <https://www.idx.co.id/> dan web resmi perusahaan BUMN. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, di mana menggunakan kriteria perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* secara berturut-turut dari tahun 2020 s.d 2022. Berdasarkan *purposive sampling*, dari 27 data perusahaan BUMN *go public* terdapat tiga perusahaan BUMN yang *sustainability report* perusahaan tidak tersedia secara berturut-turut pada masing-masing web resmi perusahaan. Atas hal tersebut, jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 72 observasi yang merupakan 24 perusahaan BUMN dengan periode penelitian tiga tahun dari tahun 2020 s.d 2022.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Relationship Disclosure* (CSR), sedangkan variabel independen adalah *Political Connection* dan *Public ownership*. Penelitian ini juga menggunakan variabel mediasi yaitu ukuran perusahaan. CSR merupakan variabel dependen yang diukur dengan menggunakan skor indeks GRI standar. Pengungkapan CSR diukur dengan metode *four way numerical coding system* yang digunakan (Guthrie et al., 1999) sebagai modifikasi variabel dummy, adapun skor untuk masing-masing item yang diungkapkan adalah nilai 0 diberikan jika item tidak diungkapkan; nilai 1 diberikan jika item diungkapkan dalam 1 bentuk pengungkapan, misal pengungkapan narasi; nilai 2 diberikan jika item diungkapkan dalam 2 bentuk pengungkapan, misal pengungkapan narasi dan kuantitatif; dan nilai 3 diberikan jika item diungkapkan dalam 3 bentuk pengungkapan, misal pengungkapan narasi, kuantitatif dan moneter. Selanjutnya total skor yang diungkapkan perusahaan dibagi dengan jumlah kriteria pengungkapan, dengan formula sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\text{Total indikator yang diungkapkan}}{\text{Jumlah kriteria pengungkapan}}$$

Selanjutnya, untuk pengukuran variabel independen yaitu *political connection* mengacu pada proksi yang digunakan pada penelitian (Sucahyati et al., 2022), di mana menggunakan variabel *dummy* jika nilai 0 tidak memiliki *political connection* dan nilai 1 memiliki *political connection*. Adanya perusahaan yang memiliki *political connection*, jika dewan direksi, komisaris dan komite audit perusahaan memiliki latar belakang politik seperti mantan anggota atau ketua Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR), Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), menteri, militer, dan lainnya, seperti yang disebutkan oleh Crespi-Cladera & Pascual-Fuster, (2014).

Sedangkan untuk pengukuran *public ownership* mengacu pada proksi yang digunakan pada penelitian (Pramesti & Budiasih, 2020), dimana pengukuran *public ownership* diukur berdasarkan jumlah saham yang dimiliki masyarakat dibagi dengan jumlah saham yang beredar, dengan formula sebagai berikut:

$$PO = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki masyarakat}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

Selanjutnya variabel moderasi dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Suatu perusahaan dalam bertindak dan mengambil keputusan dalam kegiatan operasionalnya dipengaruhi oleh besar kecilnya perusahaan. Menurut Al-Gamrh & Al-Dhamari, (2016), peneliti dapat menggunakan logaritma dari total *asset* untuk menentukan ukuran perusahaan, dengan formula sebagai berikut:

$$SIZE = \text{Ln (Total Asset)}$$

Analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel, dimana dilakukan beberapa model estimasi diuji terlebih dahulu, seperti Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Langrange Multiplier. Selanjutnya, uji intrumen dilakukan juga dengan uji Multikolonieritas. Uji F, koefisien determinasi, dan uji t digunakan untuk menilai regresi data panel dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan uji regresi linear dengan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$TCSR_{Dit} = \alpha_0 + \beta_1 CP_{it} + \beta_2 PO_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 SIZE * CP + \beta_5 SIZE * PO + e.$$

Keterangan :

|   |   |
|---|---|
| TCSR <sub>D</sub>                             | : Total CSR disclosure perusahaan yang diukur berdasarkan pengungkapan indikator GRI Standard |
| $\alpha_0$                                    | : Konstanta   |
| $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ | : Koefisien variabel  |
| CP  | : Connection Politic  |
| PO  | : Public Ownership  |
| Size  | : Ukuran Perusahaan   |

## HASIL

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik data variabel pada penelitian bersifat homogen karena memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai mean walaupun terdapat nilai ekstrim antara maximum dan minimum. Hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini, disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1. Statistik Deskriptif**

|              | Mean   | Median | Maximum | Minimum | Std. Dev. | Observations |
|--------------|--------|--------|---------|---------|-----------|--------------|
| GRI          | 0,276  | 0,245  | 0,860   | 0,063   | 0,157     | 72           |
| SIZE         | 30,992 | 31,335 | 35,228  | 21,151  | 3,052     | 72           |
| POL_CON      | 0,542  | 1      | 1       | 0       | 0,502     | 72           |
| PUB_OWN      | 0,329  | 0,349  | 0,490   | 0,055   | 0,113     | 72           |
| POL_CON_SIZE | 17,501 | 30,132 | 35,228  | -       | 16,257    | 72           |
| PUB_OWN_SIZE | 10,414 | 10,715 | 16,294  | 1,304   | 3,903     | 72           |

Sumber : Hasil data olah Eviews 12

Dalam menguji model regresi data panel diperlukan metode estimasi model regresi melalui tiga pendekatan, yaitu *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Adapun hasil penentuan model estimasi regresi pada penelitian ini, sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Penentuan Model Estimasi Regresi Data Panel**

|                          |                         |
|--------------------------|-------------------------|
| Uji Chow                 | Prob > F = 0,004        |
| Uji Hausman              | Prob > chi2 = 0,3573    |
| Uji Langrange Multiplier | Prob > Chibar2 = 0,0001 |

Sumber : Hasil data olah Eviews 12

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa model regresi terbaik untuk penelitian ini adalah menggunakan random effect model karena pada saat dilakukan uji chow menghasilkan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan uji hausman menunjukkan bahwa probabilitas lebih besar dari 0,05.

Selanjutnya pengujian hipotesis dengan menggunakan *random effect model*, dengan hasil pengujian sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis**

| Variable          | Coefficient | t-Statistic | Prob.  |     |
|-------------------|-------------|-------------|--------|-----|
| C                 | -0,1845     | -0,3712     | 0,7117 |     |
| SIZE              | 0,0165      | 0,9405      | 0,1752 |     |
| POL_CON           | -0,1517     | -0,1742     | 0,4312 |     |
| PUB_OWN           | -3,4322     | -1,8132     | 0,0372 | *** |
| POL_CON_SIZE      | 0,0066      | 0,2386      | 0,4061 |     |
| PUB_OWN_SIZE      | 0,1052      | 1,8380      | 0,0353 | *** |
| R-squared         | 0,2036      |             |        |     |
| AdjustedR-squared | 0,1432      |             |        |     |
| F-statistic       | 3,3741      |             |        |     |
| Prob(F-statistic) | 0,0089      |             |        |     |

Keterangan : \*\*\*) Berpengaruh dibawah tingkat signifikansi 0,05

Sumber : Hasil data olah Eviews 12

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa nilai uji F menunjukkan dibawah 0,05 yaitu 0,0089 sehingga dapat disimpulkan bahwa *political connection*, *public ownership*, dan ukuran perusahaan yang menjadi variabel moderasi berpengaruh secara bersama-sama mempengaruhi pengungkapan CSR. Sedangkan untuk nilai adjusted R-squared menunjukkan nasal sebesar 0,1432, sehingga dapat disimpulkan bahwa *political connection*, *public ownership* dan ukuran perusahaan yang menjadi variabel moderasi hanya mempengaruhi sebesar 14,32% terhadap pengungkapan CSR dan sisanya sebesar 85,68% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil pengujian hipotesis yang diperoleh dari tabel 3 menunjukkan bahwa variabel *political Connection* diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,4321 \geq 0,05$  dengan nilai *coefficient* sebesar -0,1517 yang berarti  $H_1$  ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *Political Connection* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan pada variabel *public ownership* diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,0372 \leq 0,05$  dengan nilai *coefficient* sebesar -3,4322 yang berarti  $H_2$  ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *public ownership* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Pada variabel *political Connection* dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,4061 \geq 0,05$  dengan nilai *coefficient* sebesar 0,0066 yang berarti  $H_3$  ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *political connection* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Pada variabel *public ownership* dengan Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,0353 \leq 0,05$  dengan nilai *coefficient* sebesar 0,1052 yang berarti  $H_4$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat *public ownership* untuk berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

## PEMBAHASAN

### ***Political Connection* dan pengungkapan CSR**

Berdasarkan hasil olah data, H<sub>1</sub> ditolak karena memiliki nilai signifikansi  $\geq 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa *political connection* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan BUMN dalam melakukan CSR tidak dipengaruhi adanya *political connection*, sebab CSR adalah sebuah kewajiban yang harus dilakukan sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/04/2021 terkait Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Badan Usaha Milik Negara. Program TJSL sebagai bentuk tanggung jawab sosial BUMN terhadap masyarakat. Program ini adalah komitmen perusahaan untuk pembangunan yang berkelanjutan dengan memberikan manfaat ekonomi, sosial, lingkungan, dan hukum dan tata kelola dengan prinsip yang lebih terintegrasi, terarah, terukur, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Trianis (2019), M. Hung et al., (2018) dan Aviyanti et al., (2022) yang menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki *political connection* tidak mempengaruhi dalam pengungkapan CSR.

### ***Public ownership* dan pengungkapan CSR**

Berdasarkan hasil olah data, H<sub>2</sub> ditolak karena memiliki nilai signifikansi  $\leq 0,05$  dengan nilai *coefficient* sebesar -3,4322. Hal ini menunjukkan bahwa *public ownership* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki *public ownership* lebih besar cenderung akan mengurangi CSR, sebab pemegang saham publik di perusahaan Indonesia sebagian besar lebih memperhatikan kinerja keuangan jangka pendek dan pengembalian investasi dibandingkan dengan masalah lingkungan dan sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan Oktariani, (2013), Indraswari & Astika, (2015); dan Hamdani et al., (2017) yang menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki *public ownership* akan mengurangi CSR. Sebab manajemen perusahaan akan cenderung untuk berkonsentrasi pada kepentingan finansial jangka pendek untuk memenuhi harapan pasar saham dan pemegang saham daripada tanggung jawab sosial jangka panjang. Hal ini karena kepemilikan saham publik yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kredibilitas tinggi kepada masyarakat dalam hal memberikan dividen kepada para pemegang saham (Permatasari & Widyawati, 2019).

### **Peran moderasi ukuran perusahaan dalam hubungan *Political Connection* pengungkapan CSR**

Berdasarkan hasil olah data, H<sub>3</sub> ditolak karena memiliki nilai signifikansi  $\geq 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memperkuat atau memperlemah *political connection* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan BUMN yang memiliki *political connection* baik perusahaan besar maupun kecil cenderung akan lebih fokus terhadap peningkatan kinerja keuangan yang mendukung kepentingan politik manajemen daripada berinvestasi dalam program CSR. Ini menunjukkan bahwa bisnis dengan *political connection* berusaha melakukan praktik pemburuan pendapatan (*rent-seeking*) monopoli dengan kekuasaan politik (Krueger, 1974). Hasil penelitian ini sejalan dengan Trianis (2019), M. Hung et al., (2018) dan Aviyanti et al., (2022) menunjukkan bahwa baik perusahaan yang memiliki *political connection* tidak mempengaruhi dalam pengungkapan CSR. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa perusahaan besar maupun kecil yang memiliki *political connection* tidak akan mempengaruhi pengungkapan CSR.

### **Peran moderasi ukuran perusahaan dalam hubungan *Public Ownership* dan pengungkapan CSR**

Berdasarkan hasil olah data, H<sub>4</sub> diterima karena memiliki nilai signifikansi  $\leq 0,05$  dengan nilai *coefficient* sebesar 0,1052. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat *public ownership* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan besar dengan memiliki lebih banyak *public ownership* cenderung akan lebih banyak menyediakan informasi salah satunya CSR karena untuk memenuhi berbagai kebutuhan informasi *stakeholder* dan sebagai bentuk tanggung jawab sosial atas dampak operasional perusahaan lebih besar. Informasi tersebut dapat dilaporkan dalam laporan keberlanjutan. Laporan keberlanjutan telah menjadi salah satu hal penting bagi perusahaan karena laporan keberlanjutan menjadi media bagi perusahaan untuk menginformasikan kinerja perusahaan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungannya kepada

seluruh stakeholder (Simbolon & Sueb, 2016). Hasil penelitian ini sejalan dengan Pramesti & Budiasih, (2020) dan Pratiwi, (2022) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki lebih banyak *public ownership* akan mengungkapkan CSR lebih besar.

### KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *public ownership* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR, namun ukuran perusahaan memperkuat *public ownership* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan besar yang memiliki lebih banyak *public ownership* cenderung akan lebih besar mengungkapkan CSR karena *stakeholder* akan lebih memperhatikan program sosial yang dijalankan oleh perusahaan akibat dari dampak aktivitas perusahaan yang lebih besar terhadap dampak sosial lingkungan. Perusahaan yang lebih besar diharapkan dapat menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan informasi sosial sehingga melegitimasi keberadaan perusahaan. Sementara *political connection* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan tidak memperkuat atau memperlemah *political connection* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan besar dan memiliki lebih banyak *public ownership* cenderung lebih tertarik untuk membangun dan mempertahankan citra yang baik dengan melakukan pengungkapan CSR, sehingga dapat memberikan keuntungan jangka panjang.

### REFERENSI

- A. A. Zaid, M., Wang, M., Adib, M., Sahyouni, A., & T. F. Abuhijleh, S. (2020). Boardroom nationality and gender diversity: Implications for corporate sustainability performance. *Journal of Cleaner Production*, 251. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119652>
- Al-Gamrh, B. A., & Al-Dhamari, R. A. (2016). Firm characteristics and corporate social responsibility disclosure. *International Business Management*, 10(18).
- Anasta, L., & Muslim, S. (2019). The Effect of Company Size (SIZE), Leverage, Independent Board of Commissioners, and Profitability on Corporate Social Responsibility Disclosure. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 10(20).
- Andriana, I. K. G. S., & Wahyu Purna Anggara, I. W. G. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(1). <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i01.p08>
- Aprifa, M., & Didik Ardiyanto, M. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Board Diversity Terhadap Tingkat Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 6(3).
- Aviyanti, R. D., Devi, H. P., Amah, N., Andriani, D. N., & Widiastuti, P. W. (2022). Pengaruh Tata Kelola, Koneksi Politik, dan Kompensasi Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *INVENTORY: JURNAL AKUNTANSI*, 6(2). <https://doi.org/10.25273/inventory.v6i2.14244>
- Cahyonowati, N., & Darsono, D. (2013). Trend and Determinants of CSR Disclosure in Indonesia: A Response of the Act No.40 (2007). *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 5(1).
- Crespí-Cladera, R., & Pascual-Fuster, B. (2014). Does the independence of independent directors matter? *Journal of Corporate Finance*, 28. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2013.12.009>
- Dyduch, J., & Krasodomska, J. (2017). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An empirical study of Polish listed companies. *Sustainability (Switzerland)*, 9(11). <https://doi.org/10.3390/su9111934>
- Fu, J., Shimamoto, D., & Todo, Y. (2017). Can firms with political connections borrow more than those without? Evidence from firm-level data for Indonesia. *Journal of Asian Economics*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2017.08.003>
- Gaol, F. A. L., & Harjanto, K. (2019). Impact of selected factors towards corporate social responsibility (CSR) disclosure: Evidence from Indonesia. *Polish Journal of Management Studies*, 20(1). <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.20.1.16>
- Hamdani, S. P., Yuliandari, W. S., & Budiono, E. (2017). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Dan Return on Assets terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan JRAP*, 9(1).

- Handoyo, S. (2020). The Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: Empirical Evidence from Indonesia Listed Firms. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jaab.v3i1.26228>
- Hunafah, D. R., Zahwa, S. F., & Hasnawati. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2). <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14999>
- Hung, C. H. D., Jiang, Y., Liu, F. H., Tu, H., & Wang, S. (2017). Bank political connections and performance in China. *Journal of Financial Stability*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2017.09.003>
- Hung, M., Kim, Y., & Li, S. (2018). Political connections and voluntary disclosure: Evidence from around the world. *Journal of International Business Studies*, 49(3). <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0139-z>
- Indraswari, G. A. D., & Astika, I. B. P. (2015). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan csr. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 11.1 (2015): 289-302, 1*.
- Juwono, S., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Koneksi Politik, Kepemilikan Keluarga Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 9(1). <https://doi.org/10.25105/jat.v9i1.10357>
- Kamaliah. (2020). Disclosure of corporate social responsibility (CSR) and its implications on company value as a result of the impact of corporate governance and profitability. *International Journal of Law and Management*, 62(4). <https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2017-0197>
- Krueger, A. O. (1974). The Political Economy Seeking of the Society. *The American Economic Review*, 64(3).
- Kuo, L., Yeh, C., & Yu, H. (2012). Disclosure of Corporate Social Responsibility and Environmental Management: Evidence from China. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(5), 273–287. <https://doi.org/10.1002/csr.274>
- Li, Y., Miao, X., Zheng, D., & Tang, Y. (2019). Corporate public transparency on financial performance: The moderating role of political embeddedness. *Sustainability (Switzerland)*, 11(19). <https://doi.org/10.3390/su11195531>
- Luethge, D., & Han, H. G. (2012). Assessing corporate social and financial performance in China. *Social Responsibility Journal*, 8(3). <https://doi.org/10.1108/17471111211247965>
- Muliawati, A. R., & Hariyati, H. (2021). Pengaruh Koneksi Politik Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(1). <https://doi.org/10.37859/jae.v11i1.2509>
- Muttakin, M. B., Mihret, D. G., & Khan, A. (2018). Corporate political connection and corporate social responsibility disclosures: A neo-pluralist hypothesis and empirical evidence. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 31(2). <https://doi.org/10.1108/AAAJ-06-2015-2078>
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI INDONESIA. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1). <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23119>
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(3). [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(97\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(97)00008-1)
- Oktariani, W. (2013). Pengaruh Kepemilikan Publik, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 8(2).
- Permatasari, D. P., & Widyawati, D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*.
- Pramesti, A. A. W. L. P., & Budiasih, I. G. A. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Publik pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(4), 1006. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i04.p17>

- Pratiwi, N. P. A. M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Publik pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1), 1919–1930. <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v33.i07.p17>
- Rahayu, P., & Anisyukurlillah, I. (2015). Pengaruh Kepemilikan Saham Publik, Profitabilitas dan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Accounting Analysis Journal*, 4(3).
- Reimsbach, D., Braam, G., & Wang, Z. (2018). Political embeddedness and the diffusion of corporate social responsibility practices in China: A trade-off between financial and CSR performance? *Journal of Cleaner Production*, 198. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.116>
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(10).
- Saraswati, E., Sagitaputri, A., & Rahadian, Y. (2020). Political Connections and CSR Disclosures in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.1097>
- Simbolon, J., & Sueb, M. (2016). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Tambang dan Infrastruktur Subsektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014). *Simposium Nasional*, 0(0).
- Suastha, R. D. (2016, June 21). *Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah*. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>
- Sucahyati, D., Harymawan, I., & Nasih, M. (2022). Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure on Politically Connected-Family Firms. *Journal of Accounting and Investment*, 23(2), 281–309. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i2.14865>
- Sulistiyowati, N., & Prabowo, T. J. W. (2020). Pengaruh Koneksi Politik terhadap Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(53).
- Tessema, A. (2019). The impact of corporate governance and political connections on information asymmetry: International evidence from banks in the Gulf Cooperation Council member countries. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 35. <https://doi.org/10.1016/j.intaccaudtax.2019.05.001>
- Thio Lie Sha. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, XVIII(01).
- Ulfa, T., Darwanis, & BZ, F. S. (2022). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: Case of Mining Companies in Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(5).
- Waluyo, W. (2017). Firm size, firm age, and firm growth on corporate social responsibility in Indonesia: The case of real estate companies. *European Research Studies Journal*, 20(4). <https://doi.org/10.35808/ersj/840>
- Wang, D., Ma, G., Song, X., & Liu, Y. (2016). Political connection and business transformation in family firms: Evidence from China. *Journal of Family Business Strategy*, 7(2). <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2016.05.001>
- Wati, L. N., Ramdany, & Momon. (2020). Does corporate governance affect financial reporting quality of politically connected firms? *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(3). [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3\(45\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3(45))
- Winarto, K., & Rachmawati, D. (2020). Determination Disclosure of Corporate Social Responsibility. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1). <https://doi.org/10.33096/atestasi.v3i1.387>
- Wu, W., Wu, C., Zhou, C., & Wu, J. (2012). Political connections, tax benefits and firm performance: Evidence from China. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(3). <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.005>
- Xu, B., & Zeng, T. (2016). Profitability, state ownership, tax reporting and corporate social responsibility: Evidence from Chinese listed firms. *Social Responsibility Journal*, 12(1). <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2014-0076>

- Yudhanti, C. B. H., & Tjahjadi, B. (2021). Drivers of social responsibility disclosure: the moderation of the president director's busyness and political connections. *Asian Journal of Accounting Research*, 6(3). <https://doi.org/10.1108/AJAR-11-2020-0126>
- Zulhaimi, H., & Nurapianti, N. R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 555–566. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17729>