

The Effect Of Financial Performance On CSR Disclosure And Firm Performance (Corporate Reputation And The Moderating Role Of CEO Integrity)

Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan CSR Dan Kinerja Perusahaan (Reputasi Perusahaan Dan Peran Moderasi Integritas CEO)

Ali Musana^{1*}, Melly A Theresia Siringo Ringo², Prabu Ranto Prihatno Aji³

Universitas Internasional Batam^{1,2,3}

2244026.ali@uib.edu¹, 2244029.melly@uib.edu², 2244028.prabu@uib.edu³

*Corresponding Author

ABSTRACT

This research investigates the role of corporate reputation and CEO integrity in the relationship between CSR disclosure and firm performance. The study finds that CEO integrity strengthens the positive impact of CSR disclosure on corporate reputation significantly. Referring to two measures of firm financial performance (ROA and ROE) and three proxies of CEO integrity, this research provides insights into how corporate reputation and CEO integrity intervene in the benefits of CSR disclosure on firm performance and how the neglect of these factors can account for inconsistent findings in previous studies.

Keywords: financial performance, CSR, firm performance, CEO integrity, corporate reputation.

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki peran reputasi perusahaan dan integritas CEO dalam hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja perusahaan. Penelitian ini menemukan bahwa integritas CEO memperkuat dampak positif pengungkapan CSR terhadap reputasi perusahaan secara signifikan. Mengacu pada dua ukuran kinerja keuangan perusahaan (ROA, dan ROE) dan tiga proksi integritas CEO. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana reputasi perusahaan dan integritas CEO campur tangan dalam manfaat pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan dan bagaimana ketidak pemikiran terhadap faktor-faktor tersebut dapat menjadi alasan temuan yang inkonsisten dalam penelitian sebelumnya.

Kata kunci: kinerja keuangan, CSR, kinerja perusahaan, integritas CEO, reputasi perusahaan.

1. Pendahuluan

Sejak diterbitkannya ISO 26000 tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada tahun 2010, banyak perusahaan besar telah menyusun laporan tahunan di mana mereka dengan sukarela mengungkapkan informasi tentang apa yang telah mereka lakukan terkait dengan aktivitas CSR. Mathews (1997) menyoroti tiga penjelasan yang mungkin mengapa perusahaan menyediakan informasi CSR di luar yang diwajibkan oleh hukum: untuk memenuhi rasa "kontrak sosial", untuk meningkatkan legitimasi mereka, dan untuk meningkatkan kinerja ekonomi/keuangan mereka. Hubungan yang mungkin antara pengungkapan CSR / kinerja keuangan dapat muncul melalui keaktifan perusahaan dalam memberikan kesan melakukan hal-hal yang baik dengan menerbitkan informasi CSR yang memenuhi atau melebihi harapan pemangku kepentingan (Brooks & Oikonomou, 2018). Posisi terakhir ini telah membuat CSR dipandang dengan skeptis oleh para pengamat yang percaya bahwa motif perusahaan-perusahaan tersebut kurang tulus, munculnya 'greenwashing' di mana perusahaan meningkatkan kinerja sosial mereka hanya untuk alasan presentasi semata, atau bahkan dengan sengaja mengumumkan kinerja yang sangat baik pada beberapa aspek CSR sementara menyembunyikan kinerja yang buruk pada aspek lainnya (Brooks & Oikonomou, 2018). Ada bukti bahwa ketika pengungkapan bersifat sukarela, perusahaan hanya akan menyediakan sebagian informasi yang menggambarkan mereka secara positif (Holder-Webb, Cohen, Nath, & Wood, 2009). Perspektif kritis berpendapat bahwa apa yang diklaim perusahaan tentang praktik CSR mereka mungkin tidak benar-benar diimplementasikan, dan oleh karena itu pelaporan CSR

mungkin lebih merugikan daripada menguntungkan (Burritt & Schaltegger, 2010, hlm. 829). Sifat yang sekadar permukaan dari aktivitas dapat menyebabkan efek yang bertentangan terhadap reputasi perusahaan karena orang melihat operasi sebagai gambaran tanpa substansi; hal ini dapat merusak kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, jawaban yang kuat mengenai bagaimana pengungkapan CSR mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan sangat penting untuk praktik manajemen. Dalam literatur, meskipun banyak studi empiris yang menguji hubungan langsung antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan perusahaan, temuan-temuannya tidak konsisten. Beberapa sarjana (misalnya Ullmann 1985; Wang, Dou, dan Jia 2016) berpendapat bahwa hasil positif, negatif, atau netral yang diperoleh dari menguji CSR dan kinerja keuangan perusahaan dapat menyesatkan.

2. Tinjauan Pustaka

1. Pengungkapan CSR dan kinerja keuangan

Pengungkapan CSR mengacu pada komunikasi perusahaan tentang tindakan mereka dalam hubungan dengan karyawan, masyarakat, dan lingkungan (Gray, Kouhy & Lavers 1995). Pengungkapan CSR dapat bersifat wajib - merupakan persyaratan hukum untuk menyampaikan informasi ini - atau sukarela, di mana tingkat dan sifat pelaporan dapat bervariasi secara substansial antara perusahaan (Brooks & Oikonomou 2018). Seiring waktu, persyaratan pelaporan wajib telah diperkenalkan di berbagai negara seiring dengan perkembangan regulasi pengungkapan, dan ini meningkatkan tingkat pengungkapan di negara-negara tersebut. Seperti di Indonesia, menurut Pasal 1 No.3 UU No.40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, memiliki peran Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau yang disama artikan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu "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". Namun pelaporan wajib CSR untuk semua perusahaan masih terasa jauh karena regulasi pengungkapan biasanya diperkenalkan dengan prinsip 'patuhi atau jelaskan' (Brooks & Oikonomou 2018).

Dalam hal pelaporan CSR di luar persyaratan wajib, perusahaan dapat bersikap proaktif - dengan sukarela melebihi harapan minimal pemangku kepentingan, atau bersikap reaktif - merespons tekanan sosial ketika dan sejauh mereka muncul (Norris & O'Dwyer 2004). Terlepas dari kasusnya, pengungkapan CSR perusahaan, dalam beberapa hal mencerminkan apa yang telah dilakukan perusahaan dalam hubungannya dengan praktik CSR. Penelitian yang menguji hubungan langsung antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan sebagian besar didasarkan pada teori pemangku kepentingan (stakeholder theory) dan teori legitimasi (legitimacy theory). Menurut teori pemangku kepentingan yang diinisiasi oleh Freeman (1984), para pemangku kepentingan perusahaan seperti karyawan, pelanggan, pemasok, dan investor yang mengendalikan sumber daya dapat memfasilitasi implementasi keputusan perusahaan. Teori legitimasi yang dikonseptualisasikan oleh Suchman (1995) mengemukakan bahwa sebuah entitas adalah anggota dari komunitas dan diharapkan beroperasi sesuai dengan harapan masyarakat. Jika entitas tersebut tidak berperilaku sesuai dengan standar sosial, entitas tersebut akan menghadapi ancaman terhadap legitimasinya. Oleh karena itu, perusahaan dengan praktik CSR yang buruk akan menghadapi ancaman terlihat sebagai tidak sah. Sebaliknya, perusahaan dengan praktik CSR yang baik akan terlihat sah di mata publik dan pemangku kepentingan mereka yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi hasil ekonomi perusahaan. Berdasarkan perspektif ini, sejumlah besar penelitian mengemukakan hubungan positif antara praktik CSR dan kinerja keuangan.

Hipotesis 1: Pengungkapan CSR perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Namun, perlu dicatat bahwa bukti empiris tentang hubungan langsung antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan tidak konsisten. Kami berargumen bahwa temuan yang tidak konsisten dalam studi sebelumnya mungkin muncul karena model teoritis yang tidak lengkap dan mengabaikan faktor-faktor yang mempengaruhi. Dalam bagian berikutnya, kami akan mengusulkan bahwa reputasi perusahaan dan integritas CEO adalah dua variabel kritis di antara faktor-faktor tersebut.

Peran Mediasi Reputasi Perusahaan

Dalam upaya untuk mengungkap kotak hitam dalam hubungan CSR-FP, beberapa studi telah menyarankan peran mediasi reputasi perusahaan dalam hubungan ini. Perlu diperhatikan bahwa reputasi perusahaan adalah evaluasi atas kualitas perusahaan (Love, Lim & Bednar 2017). Ini mencerminkan penilaian terhadap perusahaan dengan para investor, yang menjadi tolak ukur dengan perusahaan lain dan harapan instrumental dan normatif investor terhadap praktik-praktik perusahaan (Deephhouse & Carter 2005, Deephouse, Newburry & Soleimani 2016). Dalam tinjauan substantif atas penelitian sebelumnya tentang reputasi perusahaan, Lange, Lee, dan Dai (2011) merangkum tiga aspek dari reputasi perusahaan: dikenal, dikenal karena sesuatu, dan keberpihakan yang umum. Dalam penelitian ini, kami berfokus pada dimensi keberpihakan yang umum dan mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai pandangan umum publik tentang perusahaan.

Fombrun (2005) mengusulkan bahwa CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Ketika perusahaan memiliki kontribusi sosial, perusahaan tersebut terlihat sah di mata publik, dan menciptakan asumsi yang baik pada masyarakat dengan adanya kontribusi sosial. Agar masyarakat melihat adanya keterlibatan perusahaan dalam CSR, perusahaan perlu berkomunikasi dengan masyarakat mengenai kegiatan CSR mereka. Tanpa komunikasi, tidak peduli seberapa banyak perusahaan mengeluarkan dana CSR, dampak positif dari kegiatan CSR terhadap persepsi publik akan menjadi tidak signifikan (Du, Bhattacharya, & Sen 2010). Oleh karena itu, melalui pengungkapan CSR, perusahaan dapat memperoleh persepsi positif dari pemangku kepentingan, yang mengarah pada reputasi yang lebih baik. Oleh karena itu, kami mengusulkan:

Hipotesis 2: Reputasi perusahaan memediasi hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

Peran Moderasi Integritas CEO

Para sarjana manajemen telah memperhatikan situasi di mana para manajer menggunakan CSR secara instrumental; yaitu, mempromosikan CSR baik untuk keuntungan pribadi mereka (Friedman 1970) maupun untuk profitabilitas perusahaan (McWilliams & Siegel 2001). Meskipun perspektif ini berguna, tidak mempertimbangkan atribut pribadi pengambil keputusan kunci seperti CEO yang bertanggung jawab dalam merumuskan strategi perusahaan dan dapat secara dramatis mengubah arah strategis perusahaan, termasuk keputusan yang terkait dengan CSR (Waldman et al. 2006). Selain itu, meskipun terdapat argumen yang meyakinkan yang mendukung penggunaan instrumental CSR, para eksekutif perusahaan juga mungkin cenderung mengadopsi praktik CSR atas dasar moral atau etika yang mencirikan kepemimpinan etis (Daft 2002).

Memang, literatur manajemen telah menyaksikan munculnya perspektif kepemimpinan etis yang semakin menekankan peran pemimpin etis dalam mengembangkan perhatian organisasi terhadap nilai-nilai etis. Secara khusus, teoretikus seperti Treviño, Hartman, dan Brown (2000), serta Brown dan Treviño (2006) mengusulkan bahwa seorang manajer yang moral memiliki pengaruh yang kuat pada kepemimpinan etis, yang pada gilirannya mempengaruhi kepuasan dan kinerja para bawahan. Treviño et al. (2000) berargumen bahwa seorang pemimpin etis harus bukan hanya seorang pribadi yang moral, yang ditandai oleh integritas sebagai ciri

individu, tetapi juga seseorang yang dapat menciptakan pesan etika yang kuat yang mempengaruhi pemikiran dan perilaku karyawan, serta memimpin perhatian organisasi terhadap nilai-nilai etis. Waldman et al. (2006) menegaskan bahwa pemimpin etis dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan implementasi strategis organisasi terkait dengan pengungkapan CSR. Karya mereka menetapkan dasar teoritis untuk memahami hubungan potensial antara integritas CEO dan pilihan strategis mengenai pengungkapan CSR dan reputasi perusahaan.

CEO dengan integritas tinggi akan jujur dalam mengungkapkan informasi tentang kegiatan CSR dan kinerja perusahaan mereka; akibatnya, kepercayaan publik terhadap kinerja CSR yang tulus dari perusahaan akan meningkat. Tindakan-tindakan ini berkontribusi pada citra yang baik dari perusahaan di mata publik, yang memperkuat reputasi perusahaan. Secara keseluruhan, tingkat integritas CEO yang tinggi kemungkinan akan meningkatkan efek pengungkapan CSR terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu, kami menghipotesiskan bahwa:

Hipotesis 3: Integritas CEO memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dan reputasi perusahaan sehingga hubungan positif di antara keduanya lebih kuat ketika CEO memiliki integritas yang lebih tinggi.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan variabel dependen Pengungkapan CSR dan kinerja perusahaan (Peran mediasi reputasi perusahaan dan peran moderasi integritas CEO) dan variabel independen yaitu ROA, dan ROE. Pada penelitian ini juga memiliki variabel intervening yaitu reputasi perusahaan dan integritas CEO.

$$ROA = (\text{Net Income}) / (\text{Total Asset})$$

ROA merupakan imbal hasil atau tingkat pengembalian laba atas total aset yang tertera di dalam neraca perusahaan. ROA pada umumnya mengukur kinerja manajemen tingkat atas, yang menunjukkan bagaimana manajemen memanfaatkan aset menjadi laba perusahaan.

Peran Return on Assets (ROA) terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam hubungannya dengan kinerja perusahaan telah diselidiki. ROA adalah ukuran kinerja keuangan yang menghitung imbal hasil atau tingkat pengembalian laba perusahaan atas total aset yang dimilikinya. ROA mencerminkan seberapa efisien manajemen memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba.

Berdasarkan penelitian diatas terdapat beberapa kemungkinan implikasi atau hubungan antara ROA dan pengungkapan CSR:

1. Efisiensi Sumber Daya: Perusahaan dengan ROA yang lebih tinggi mungkin memiliki lebih banyak sumber daya yang efisien untuk dialokasikan ke dalam program CSR. Dengan memiliki sumber daya yang lebih besar, mereka mungkin lebih cenderung untuk menginvestasikan dalam kegiatan CSR dan kemudian mengungkapkan hal tersebut untuk membangun reputasi yang baik.
2. Keberlanjutan Keuangan: Perusahaan dengan ROA yang tinggi cenderung memiliki keberlanjutan keuangan yang lebih baik. Ini bisa memungkinkan mereka untuk berkomitmen pada program CSR dalam jangka panjang dan mengungkapkan tindakan mereka untuk memperkuat reputasi positif.
3. Tanggung Jawab Sosial: Perusahaan dengan ROA yang tinggi mungkin juga lebih cenderung memiliki pandangan jangka panjang yang lebih inklusif dan tanggung jawab sosial yang kuat. Ini dapat mendorong mereka untuk aktif dalam pengungkapan CSR untuk menciptakan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan.

$$ROE = (\text{Pendapatan Bersih} / \text{Total Ekuitas Pemegang Saham}) \times 100.$$

ROE merupakan imbal hasil atau tingkat pengembalian laba atas total ekuitas, yang menjadi ukuran kinerja perusahaan sekaligus pemegang saham. Bagi investor ROE ini juga menjadi tolak ukur seberapa besar ia akan mendapatkan imbalan atas modal yang diinvestasikan.

Berdasarkan konteks penelitian dapat ditemukan beberapa kemungkinan implikasi atau hubungan antara ROE dan pengungkapan CSR:

1. Pengaruh Reputasi: Perusahaan dengan ROE yang tinggi cenderung memiliki kinerja yang baik dan bisa memiliki reputasi yang positif di mata pemangku kepentingan, termasuk investor. Reputasi yang baik dapat memotivasi perusahaan untuk lebih aktif dalam pengungkapan CSR untuk mempertahankan citra positif.
2. Pendekatan Berkelanjutan: Perusahaan dengan ROE yang tinggi mungkin memiliki keberlanjutan keuangan yang lebih baik dan mampu mengadopsi pendekatan berkelanjutan dalam operasi mereka. Ini dapat mendorong mereka untuk berinvestasi dalam program-program CSR dan kemudian mengungkapkan upaya tersebut.
3. Tanggung Jawab Sosial: Perusahaan dengan ROE yang tinggi bisa menganggap tanggung jawab sosial sebagai komitmen jangka panjang. Ini bisa mendorong mereka untuk aktif dalam pengungkapan CSR sebagai bagian dari komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

$$CSRI_j = \sum X_{ij} / n$$

Keterangan :

CSR_j = Corporate Social Responsibility perusahaan j.

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan j.

N = Jumlah keseluruhan item.

CSR merupakan suatu konsep dalam manajemen perusahaan yang mengharuskan perusahaan untuk memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. CSR melibatkan tanggung jawab perusahaan untuk melakukan kegiatan yang melampaui kepentingan finansialnya dan bertujuan untuk memperbaiki kualitas hidup masyarakat serta melestarikan lingkungan.

Penelitian ini berfokus pada analisis kinerja perusahaan perbankan yang berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam mengalokasikan dana perusahaan mereka untuk tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana perusahaan perbankan di sektor BUMN menggunakan dana mereka untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial, seperti program-program kemanusiaan, pengembangan komunitas, lingkungan, pendidikan, atau bidang lainnya. Penelitian ini akan melihat sejauh mana perusahaan-perusahaan perbankan BUMN ini memprioritaskan CSR dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Tabel 1. Data Perusahaan Perbankan BUMN

NO	BANK	TAHUN	LABA BERSIH (DALAM MILIAR)	ROA(%)	ROE (%)	CSR (DALAM MILIAR)
1	BANK MANDIRI	2022	37,692	3.30	22.62	125
		2021	25,410	2.53	16.24	132
		2020	27,482	1.64	9.36	133
2	BANK NEGARA INDONESIA	2022	18,533	2.5	16.4	99
		2021	10,900	1.4	10.4	36
		2020	3,321	0.5	2.9	115
3	BANK RAKYAT INDONESIA	2022	51,408	3.76	20.9	284
		2021	33,156	2.72	16.8	270
		2020	18,660	1.87	10.8	264
4	BANK TABUNGAN NEGARA	2022	3,050	1.02	16.42	61
		2021	2,191	0.81	13.64	50
		2020	1,602	0.69	10.02	18

Berdasarkan laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs IDX.com, Bank Mandiri mengalokasikan dana mereka untuk kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar 133 miliar pada tahun 2020. Pada tahun 2021, Bank Mandiri mampu mengalokasikan dana CSR sebesar 132 miliar, dan pada tahun 2022, mereka mengalokasikan dana CSR sebesar 125 miliar. Bank Negara Indonesia mengalokasikan dana mereka untuk kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar 115 miliar pada tahun 2020.

Pada tahun 2021, Bank Negara Indonesia mampu mengalokasikan dana CSR sebesar 36 miliar, dan pada tahun 2022, mereka mengalokasikan dana CSR sebesar 99 miliar. Bank Rakyat Indonesia mengalokasikan dana mereka untuk kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar 264 miliar pada tahun 2020. Pada tahun 2021, Bank Rakyat Indonesia mampu mengalokasikan dana CSR sebesar 270 miliar, dan pada tahun 2022, mereka mengalokasikan dana CSR sebesar 284 miliar. Bank Tabungan Negara mengalokasikan dana mereka untuk kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar 18 miliar pada tahun 2020. Pada tahun 2021, Bank Tabungan Negara mampu mengalokasikan dana CSR sebesar 50 miliar, dan pada tahun 2022, mereka mengalokasikan dana CSR sebesar 61 miliar.

Ini menunjukkan bahwa Bank BUMN secara konsisten menyisihkan sejumlah dana dari pendapatan mereka untuk tujuan CSR selama tiga tahun berturut-turut. Dana ini kemungkinan digunakan untuk mendukung berbagai program dan kegiatan yang bertujuan untuk memberikan manfaat sosial kepada masyarakat atau komunitas yang terkena dampak langsung dari kegiatan perusahaan Bank BUMN.

Penting untuk dicatat bahwa informasi ini didasarkan pada laporan keuangan tahunan Bank BUMN yang tersedia di IDX.com. Untuk informasi yang lebih rinci dan akurat, disarankan untuk merujuk langsung pada laporan keuangan terkini dan informasi resmi yang dikeluarkan oleh Bank BUMN atau sumber resmi lainnya.

4. Penutup

Kesimpulan

1. Penelitian ini mengungkapkan bahwa integritas CEO memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dan reputasi perusahaan. Integritas CEO secara signifikan meningkatkan dampak positif pengungkapan CSR terhadap reputasi perusahaan. berdasarkan laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs IDX.com, bank-bank BUMN seperti Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), dan Bank Tabungan Negara (BTN) secara konsisten mengalokasikan dana untuk kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) selama tiga tahun berturut-turut (2020, 2021, dan 2022). Hal ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan. Reputasi perusahaan dapat dibangun melalui inisiatif CSR dan komunikasi yang efektif tentang kegiatan CSR kepada pemangku kepentingan. Dengan demikian, peran CEO memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dan persepsi positif dari pemangku kepentingan dapat berkontribusi pada reputasi yang lebih baik bagi perusahaan.
2. Terdapat hubungan positif antara pengungkapan CSR perusahaan dan kinerja keuangan. Hasil ini konsisten dengan teori pemangku kepentingan dan teori legitimasi yang mengusulkan bahwa perusahaan dengan melaksanakan kegiatan CSR yang baik akan berdampak pada kinerja keuangan yang lebih baik.
3. Reputasi perusahaan berperan sebagai mediator dalam pengungkapan CSR dan kinerja keuangan. Pengungkapan CSR yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya berkontribusi pada kinerja keuangan yang lebih baik.

4. Integritas CEO memiliki peran moderasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR, reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan. CEO dengan integritas tinggi memiliki pengaruh positif yang lebih besar dalam memastikan bahwa pengungkapan CSR yang baik berkontribusi pada peningkatan reputasi perusahaan dan kinerja keuangan.
5. Hasil-hasil penelitian ini memberikan wawasan penting tentang hubungan antara pengungkapan CSR, reputasi perusahaan, integritas CEO, dan kinerja keuangan. Implikasi praktisnya adalah bahwa perusahaan-perusahaan harus memperhatikan integritas CEO dan upaya pengungkapan CSR yang baik untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan kinerja keuangan.

Daftar Pustaka

- Arief, H., Saratian, E. T. P., Nugroho, D. A., Ashshidiqy, N., & Kolis, D. N. (2020). Pengaruh ROA, DER, dan Tobin's Q-Ratio Terhadap Harga Saham pada Industri Pertambangan Migas di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6(02), 174–183. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jimb/article/view/8199/3596>
- Jurnal, J., & Mea, I. (2023). The Effect Of Managerial Ownership And Institutional Ownership On Company Financial Jimea / *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 7(1), 322–335.
- Malmi, T., & Brown, D. A. (2008). Management control systems as a package-Opportunities, challenges and research directions. *Management Accounting Research*, 19(4), 287–300. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2008.09.003>
- Mostafiz, M. I., Sambasivan, M., & Goh, S. K. (2019). Impacts of dynamic managerial capability and international opportunity identification on firm performance. *Multinational Business Review*, 27(4), 339–363. <https://doi.org/10.1108/MBR-09-2018-0061>
- Pham, H. S. T., & Tran, H. T. (2020). CSR disclosure and firm performance. *Journal of Business Research*, 120, 127–136.
- Rashid, M. M. (2020). "Ownership structure and firm performance: the mediating role of board characteristics." *Corporate Governance (Bingley)*, 20(4), 719–737. <https://doi.org/10.1108/CG-02-2019-0056>
- Sks, M. K., & Michael, D. (2022). *Tugas Presentasi Semester Genap Tahun Akademik 2022 Sumber e-Book*. 2022, 5–7.
- Surenggono, S., & Djamilah, S. (2022). The Effect of Financial Attitude and Financial Knowledge on the Financial Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) with the Application of Management Accounting as a Mediator. *Jurnal Ad'ministrare*, 9(2), 441. <https://doi.org/10.26858/ja.v9i2.38998>
- Triana, M. del C., Richard, O. C., & Su, W. (2019). Gender diversity in senior management, strategic change, and firm performance: Examining the mediating nature of strategic change in high tech firms. *Research Policy*, 48(7), 1681–1693. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.013>
- Wrede, M., Velamuri, V. K., & Dauth, T. (2020). Top managers in the digital age: Exploring the role and practices of top managers in firms' digital transformation. *Managerial and Decision Economics*, 41(8), 1549–1567. <https://doi.org/10.1002/mde.3202>
- Ying, Q., Hassan, H., & Ahmad, H. (2019). The role of a manager's intangible capabilities in resource acquisition and sustainable competitive performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2). <https://doi.org/10.3390/su11020527>
- Rivan Kurniawan. 2021. Mengenal Rasio Fundamental : ROA dan ROE. Diakses pada 15 Mei 2021 dari <https://kampungpasarmodal.com/article/detail/495/mengenal-rasio-fundamental-roa-dan-roe>.