

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SELAMA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA

AJENG TITA NAWANGSARI (ajeng.tita@uinsby.ac.id)
MOCHAMMAD ILYAS JUNJUNAN
IMAM BUCHORI

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to look at the differences and patterns of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure before and during the Covid-19 pandemic. The sample in this study consisted of 156 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange year 2019 and 2020. This research is a quantitative research using comparative analysis and content analysis as an analysis tool. The results showed significant differences in CSR disclosure before and during the Covid-19 pandemic. CSR disclosure during the Covid-19 pandemic has decreased compared to CSR disclosure before the Covid-19 pandemic. However, economic performance indicators have increased. This pattern is in line with the stakeholder theory, which states that in times of uncertainty such as economic and financial crises, companies tend to focus on fulfilling the interests of their definitive stakeholders, which are investors and creditors.

Keywords: *corporate social responsibility disclosure, covid-19, stakeholder theory*

Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan dan pola pengungkapan CSR sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 156 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 dan 2020. Metoda penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan uji beda dan konten analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan pengungkapan CSR sebelum dan selama pandemi Covid-19. Pengungkapan CSR selama pandemi Covid-19 mengalami penurunan dibandingkan dengan pengungkapan CSR sebelum pandemi Covid-19. Walaupun demikian, indikator kinerja ekonomi justru mengalami kenaikan. Pola yang demikian, sejalan dengan teori *stakeholders* yang diajukan dalam penelitian ini. Teori *stakeholders* menyatakan bahwa pada masa ketidakpastian seperti krisis ekonomi dan keuangan, perusahaan cenderung memfokuskan diri terhadap pemenuhan kepentingan *stakeholders* definitifnya yang dalam hal ini adalah investor dan kreditor.

Kata kunci: *corporate social responsibility disclosure, covid-19, stakeholder theory*

PENDAHULUAN

Sejak akhir tahun 2019, dunia digegerkan dengan adanya penemuan virus SARS Cov-2 yang menyebabkan adanya masalah pernafasan. Sejak awal mula ditemukannya kasus SARS CoV-2 di Wuhan China dan mempertimbangkan adanya penyebarannya yang meluas hingga di luar pusat wabah dan tingkat kecepatan penyebarannya yang masif, maka pada bulan Maret 2020 akhirnya World Health Organization (WHO) akhirnya resmi menetapkan virus SARS CoV-2 sebagai pandemi global. Merespon adanya kejadian tersebut, berbagai negara di dunia kemudian menerapkan kebijakan

pembatasan mobilitas pada warganya. Pertama kali kebijakan pembatasan mobilitas tersebut diterapkan oleh China yang pada awal pandemi menerapkan *lockdown*. Lalu diikuti oleh negara-negara yang lain. Di Indonesia sendiri kebijakan yang diambil serupa dengan kebijakan *lockdown* tetapi dengan nama yang berbeda yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan tersebut tentu saja berdampak bagi sektor ekonomi Indonesia. Dari sisi makro ekonomi, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun-tahun sebelum pandemi berada pada angka 5-6% angka tersebut merupakan proyeksi dari tahun 2010 sam-

pai dengan tahun 2019. Selama tahun 2020, pada saat pandemi Covid-19 mulai melanda dari bulan Maret 2020 sampai dengan Desember 2020 pertumbuhan ekonomi Indonesia turun ke level 2,97%. Dengan kata lain, terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 2,05% jika dibandingkan dengan tahun 2019 yang mencetak pertumbuhan ekonomi sebesar 5,02%. Sejalan dengan penurunan pertumbuhan ekonomi nasional yang memicu resesi ekonomi selama tahun 2020, berbagai sektor usaha di Indonesia mulai mengalami gejolak ekonomi. Menurut hasil survey Badan Pusat Statistik, sektor yang paling terdampak Covid-19 adalah manufaktur, selain pariwisata dan penerbangan. Selama tahun 2020, industri manufaktur mencatat adanya penurunan yang cukup signifikan. Hal ini bisa dilihat dari penurunan *Purchasing Managers' Index* (PMI) selama tahun 2020 saat awal pandemi Covid-19 muncul.

Pada kuartal pertama di tahun 2020, PMI tercatat sebesar 45,64%. Nilai tersebut turun sekitar 5,96% dibandingkan dengan PMI kuartal IV tahun 2019. Pada kuartal kedua tahun 2020 PMI jatuh sampai dengan 31,73%. Pada kuartal ketiga seiring dengan kelonggaran PSBB, PMI mengalami kenaikan ke level 48,3%. lalu pada bulan September 2020 PMI ini turun menjadi 47,2%. Hal ini dikarenakan masih menggeliatnya jumlah kasus aktif Covid-19 yang menunjukkan tren kenaikan. Hal tersebut berdampak pada menurunnya permintaan dan penawaran barang yang dihasilkan oleh perusahaan manufaktur.

Walaupun sempat mengalami penurunan, PMI perusahaan manufaktur kembali mengalami kenaikan pada bulan Desember 2020 yaitu ada pada level 51%. Naik turunnya PMI perusahaan manufaktur di Indonesia selama tahun 2020 menunjukkan bahwa kondisi bisnis industri manufaktur masih belum jelas selama pandemi Covid-19 di tahun 2020. Dinamika naik turunnya PMI juga berdampak pada bagaimana perusahaan-perusahaan mampu untuk menjalankan perusahaannya secara efisien pada masa pandemi. Hal tersebut juga berkaitan dengan bagaimana perusahaan dapat melakukan efisiensi biaya

operasional mereka termasuk juga pada bagaimana mereka akan melakukan pelaporan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang telah dilakukan.

Beberapa penelitian terkait dengan bagaimana CSR dilaporkan saat keadaan ekonomi stabil memang telah banyak dilakukan dan telah membuktikan berbagai teori yang mendasari pelaporan CSR seperti teori *stakeholders* dan teori legitimasi. Hal tersebut bisa diamati pada penelitian yang dilakukan oleh Cho, Michelon, Patten & Roberts (2015); Ali, Frynas & Mahmood (2017); Bhatia & Makkar, (2019); Coluccia, Fontana & Solimene (2018); Rahma & Widyasari (2008); Jain, Keneley & Thomson (2015); Cuganesan, Guthrie & Ward (2010). Walaupun demikian, penelitian yang berfokus pada pelaporan CSR saat krisis ekonomi masih sangat terbatas.

Beberapa penelitian tersebut misalnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Mia & Mamun (2011) pada 48 perusahaan di Australia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan di Australia cenderung meningkatkan level pengungkapan pada masa krisis. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arevalo & Aravind (2010) yang meneliti tentang pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan di Amerika. Hasilnya menunjukkan bahwa ada perbedaan perilaku berdasarkan persepsi perusahaan atas CSR dan ukuran perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dan memiliki persepsi bahwa CSR merupakan suatu alat yang bisa digunakan untuk mengatasi krisis cenderung lebih banyak mengungkapkan aktivitas CSR pada masa krisis.

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Haji & Ghazali (2012) tentang pengaruh krisis keuangan terhadap pengungkapan sukarela perusahaan-perusahaan di Malaysia menunjukkan hasil bahwa perusahaan di Malaysia cenderung meningkatkan jumlah pengungkapan sukarejanya selama krisis keuangan terutama pada item pelaporan CSR-nya. Hal tersebut karena perusahaan ingin menangkap momentum krisis untuk meningkatkan legitimasi dan memengaruhi

persepsi masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chintrakarn, Jiraporn & Treepongkaruna (2021); Giannarakis & Theotokas (2011); Miras, Perez & Gallego (2014).

Jika berbicara tentang pelaksanaan CSR di Indonesia. Secara legal memang sudah termaktub dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, Peraturan Pemerintah 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Bagi Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 19 Tentang Badan Usaha Milik Negara Salinan Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin. Walaupun ada kewajiban hukum untuk melakukan kegiatan CSR bagi perusahaan namun bagaimana aktivitas CSR dilakukan dan difokuskan masih bersifat sukarela sesuai dengan preferensi dan pandangan perusahaan tentang CSR itu sendiri.

Nayenggita, Raharjo & Resnawati (2021) dalam penelitiannya tentang praktik CSR di Indonesia menyatakan bahwa CSR di Indonesia dilakukan berdasarkan perspektif pembagian keuntungan yang lebih difokuskan untuk menjawab keinginan bukan pada kebutuhan masyarakat yang dihadapi dalam dunia nyata. Hal tersebut menurut Nayenggita *et al.* (2021) dikarenakan perusahaan-perusahaan di Indonesia belum memahami makna penting CSR baik bagi perusahaan maupun bagi masyarakat dan *feedback*-nya bagi perusahaan. Selain itu, pengawasan pelaksanaan CSR di Indonesia juga masih bertumpu pada pengawasan yang dilakukan oleh *Non-Government Organization* (NGO) yang artinya keterlibatan pemerintah masih belum

maksimal. Selain itu, pengungkapan CSR di Indonesia juga masih bersifat sukarela walaupun ada kewajiban untuk melakukan CSR. Oleh karena itu, pelaporan CSR antara satu perusahaan dengan yang lain juga berbeda dari segi kualitas dan kuantitas yang dilaporkannya.

Hal tersebut berbeda dengan praktik CSR di negara-negara lain. Di Amerika misalnya, praktik pelaksanaan CSR didasari oleh semangat untuk menyelesaikan masalah spesifik seperti yang dilakukan oleh Dell. Dell meluncurkan produk laptop baru dimana hasil penjualannya disumbangkan untuk penanganan masalah HIV/AIDS. CSR dianggap sebagai salah satu alat untuk menyelesaikan persoalan sehingga tidak mengherankan jika jumlah pengungkapan CSR di masa krisis meningkat terutama pada perusahaan-perusahaan skala besar di Amerika.

Dengan latar belakang demikian, hasil penelitian CSR pada masa krisis di Indonesia ini bisa jadi memberikan perspektif yang berbeda tentang bagaimana CSR dilakukan dan dilaporkan terutama pada masa krisis. Hal tersebutlah yang kemudian memotivasi dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini mencoba memberikan gambaran yang lebih detail dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Charitoudi, Gianarkis & Lazarides (2011). Dalam penelitian Charitoudi *et al.* (2011) sampel perusahaan hanya terfokus pada perusahaan-perusahaan besar saja. Hal itulah yang berusaha diperbaiki dalam penelitian ini dengan tidak berfokus hanya ukuran perusahaan tetapi pada visibilitas. Visibilitas dalam penelitian ini dilihat dari kedekatannya dengan pelanggan (*consumer proximity*) dan kepekaan lingkungannya (*environmental sensibility*). Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai apakah terdapat perbedaan pola pelaksanaan dan pelaporan CSR selama krisis maka dalam penelitian ini dilakukan uji beda di antara dua tahun yaitu tahun 2019 sebagai tahun sebelum krisis dan tahun 2020 sebagai tahun selama krisis yang disebabkan oleh pandemi Covid-19.

Objek penelitian ini adalah sektor manufaktur. Sektor ini diambil karena

sektor ini merupakan salah satu sektor yang paling terdampak oleh pandemi Covid-19. Selain itu, sektor manufaktur merupakan sektor yang paling banyak berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto nasional Indonesia dan merupakan sektor terbesar yang ada di pasar modal Indonesia sehingga secara visibilitas, sektor ini termasuk sektor yang mendapatkan perhatian besar dari para *stakeholders*-nya terutama oleh pemerintah, investor, kreditor, konsumen, dan masyarakat sekitar.

Penyajian hasil penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Pada bagian awal merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang yang berisi tentang penjelasan mengenai latar belakang masalah dan tujuan penelitian. Selanjutnya adalah kajian pustaka dan pengembangan hipotesis, dilanjutkan dengan metode penelitian, hasil analisis dan diskusi. Bagian terakhir dari penelitian ini adalah simpulan, keterbatasan, dan saran bagi penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang pengungkapan CSR pada masa-masa krisis seperti krisis ekonomi dan krisis keuangan baik yang disebabkan oleh kondisi ekonomi maupun kondisi khusus seperti pada COVID19 yang menyebabkan krisis ekonomi global masih sangat terbatas terutama di Indonesia.

Beberapa penelitian yang membahas tentang pelaporan CSR pada masa krisis adalah penelitian yang dilakukan oleh Garcia-Benau, Sierra-Garcia & Zorio (2013) yang meneliti tentang praktik dan pengungkapan CSR saat krisis di Amerika. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa pada masa krisis perusahaan-perusahaan cenderung menggunakan strategi efisiensi biaya sehingga mereka melakukan pengurangan biaya termasuk biaya yang dikeluarkan untuk melakukan pelaporan sosial namun hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang memiliki nilai *return on equity* (ROE) yang tinggi justru menggunakan strategi yang berbeda. Butir pengungkapan yang dilakukan oleh mereka cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan yang mereka ungkapkan pada masa sebelum krisis.

Hal tersebut berkaitan dengan strategi proaktif yang dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi ekspektasi *stakeholders* perusahaan. Selain itu, strategi ini juga digunakan oleh perusahaan untuk memberikan sinyal baik di masa-masa krisis keuangan yang sulit tentang kinerja lingkungan dan sosial yang tetap baik sehingga kredibilitas perusahaan tetap terjaga di mata para *stakeholders*-nya.

Branco, Delgado, Gomes & Eugénio (2014) yang meneliti tentang faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelaporan keberlanjutan pada masa krisis ekonomi di Portugal mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa tiap perusahaan akan menerapkan strategi yang berbeda pada masa krisis tergantung pada bagaimana indikator keuangan seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan yang diprosikan oleh total aset perusahaan.

Mia & Mamun (2011) yang meneliti tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada saat krisis keuangan global pada 48 perusahaan Australia yang terdaftar di bursa menyatakan bahwa ada perubahan dalam level pengungkapan CSR namun peningkatan tersebut tidaklah signifikan karena peningkatannya hanya sebesar 0,19% selama kurun waktu 2006 sampai dengan 2008.

Mia dan Mamun (2011) juga mengungkapkan bahwa salah satu penyebab terjadinya insignifikansi tersebut adalah karena pertimbangan biaya. Walaupun demikian, Mia & Mamun (2011) dalam penelitiannya bahwa keluasan atau *extent* dari pengungkapan CSR mengalami kenaikan pada kategori sumber daya manusia yang mengindikasikan bahwa pada masa-masa krisis keuangan, perusahaan-perusahaan di Australia lebih memperhatikan aspek sumber daya manusia terutama pada kesehatan dan keselamatan kerja karyawannya. Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Karaibrahimoglu (2010) pada perusahaan yang terdaftar di Fortune 500 yang mengembangkan asumsi sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cheney & McMillan (1990) bahwa perusahaan akan cenderung bertindak konservatif dan lebih defensif agar bisa terus mempertahankan kelangsungan usahanya

yang artinya mereka lebih bertindak selektif dalam mengeluarkan biaya pada masa-masa krisis keuangan tersebut. Hasil penelitian Karaibrahimoglu (2010) menyatakan bahwa ada penurunan signifikan pada jumlah dan luas proyek yang berkaitan dengan CSR yang artinya mereka juga mengalami jumlah penurunan yang signifikan pada pengungkapan kegiatan CSR yang dilaporkan pada laporan tahunan mereka.

Hal senada juga diungkapkan oleh Aravelo dan Aravind (2010) yang meneliti tentang dampak dari terjadinya krisis terhadap bagaimana kegiatan dan pelaporan CSR dilaporkan pada perusahaan yang menggunakan pedoman United Nations Global Compact di Amerika. Menurut Aravelo dan Aravind (2010) perusahaan yang memang dari awal mempunyai pandangan bahwa krisis merupakan sebuah kesempatan bagi mereka untuk memperkuat visibilitasnya melalui CSR akan lebih banyak memperhatikan kegiatan-kegiatan mereka baik dari segi kuantitas dan kualitas maupun pelaporannya. Sebaliknya perusahaan yang dari awal mempunyai pemikiran bahwa krisis bukanlah momentum yang baik untuk berinvestasi dalam kegiatan CSR maka mereka tidak akan menganggap CSR merupakan bagian penting dalam strategi mereka untuk bertahan menghadapi krisis. Hasil yang berbeda didapatkan pada penelitian yang dilakukan oleh Charitoudi, Giannarkis & Lazarides (2011). Dalam penelitian yang mengambil sampel 73 perusahaan di United Kingdom menghasilkan kesimpulan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut tetap melakukan peningkatan pada kinerja CSR mereka walaupun lingkungan bisnis dan ekonomi tidak kondusif.

Argumen yang diajukan adalah bahwa CSR dapat menjadi suatu alat untuk memperoleh kepercayaan baik dari internal perusahaan contohnya adalah kepercayaan karyawan terhadap komitmen perusahaan maupun dari eksternal seperti dari supplier dan konsumen yang akan berdampak pada kenaikan kinerja ekonomi. Kepercayaan merupakan modalitas utama bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Konsumen misalnya, mereka bisa saja melakukan boikot terhadap produk perusahaan karena tidak

memperhatikan lingkungan dalam produksinya. Selain konsumen, masyarakat sekitar juga bisa menjadi faktor yang mengancam keberlangsungan hidup perusahaan jika masyarakat mulai kehilangan kepercayaan, maka legitimasi perusahaan bisa saja hilang sehingga keberlanjutan perusahaan menjadi sulit untuk dipertahankan. Hasil penelitian yang serupa juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Seles, Jabbour, Jabbour & Jugend (2017) yang menyatakan bahwa kegiatan dan pelaporan CSR membantu perusahaan untuk mengatasi krisis ekonomi dengan meningkatkan efisiensi investasi dan membangun hubungan yang lebih baik dengan para *stakeholders*.

Walapun terdapat bukti empiris tentang kegunaan CSR pada masa krisis ekonomi dan finansial, namun beberapa bukti empiris juga menyatakan hal yang sebaliknya. Penelitian yang dilakukan oleh Samkin, De Villiers & Pinto (2014) yang meneliti tentang pola pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan yang ada di Australia selama krisis keuangan dunia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang tidak memiliki sensitivitas lingkungan dan sosial cenderung menurunkan jumlah item kegiatan CSR yang dilaporkannya dalam laporan tahunan mereka. Sejalan dengan itu, penelitian Rodolfo (2012) yang meneliti tentang hubungan antara pelaporan CSR dan krisis keuangan global pada 2.790 perusahaan yang terdaftar di *GRI Report List* tahun 2009-2011 menghasilkan kesimpulan bahwa pada tahun 2007, 2008, dan 2011 saat dimana krisis keuangan global terjadi perusahaan-perusahaan cenderung mengalami penurunan dalam pelaporan CSR-nya. Hal ini sebenarnya wajar karena perusahaan berusaha untuk melakukan efisiensi biaya selama masa-masa krisis untuk bertahan hidup.

Dari beberapa penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa pola perusahaan terbagi menjadi dua bagian besar yaitu perusahaan-perusahaan yang mempunyai intensi untuk menangkap kesempatan krisis ekonomi dan keuangan sebagai momentum untuk meningkatkan reputasi dan memberikan sinyal kepada *stakeholders* tentang

komitmen perusahaan dalam menjalin dan bertanggungjawab atas kepercayaan yang diberikan kepadanya. Bagian selanjutnya adalah perusahaan yang cenderung bersikap defensif karena pilihan strateginya lebih kepada efisiensi untuk menopang keberlanjutan di masa yang akan datang sehingga di masa yang akan datang harapannya dapat terus dapat memenuhi harapan para *stakeholder* perusahaan.

Haji & Ghazali (2012) yang meneliti pengungkapan sukarela termasuk di dalamnya adalah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dari 85 perusahaan Malaysia yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia. Dengan adanya krisis keuangan yang melanda, hal tersebut kemudian memaksa mereka untuk lebih memperhatikan masyarakat karena pada saat krisis ekspektasi masyarakat terhadap perusahaan untuk melakukan CSR yang berfokus pada mereka meningkat. Untuk menghindari adanya gap legitimasi karena permasalahan krisis, perusahaan-perusahaan di Malaysia akhirnya meningkatkan keterlibatan mereka pada program CSR yang pada akhirnya berdampak pada naiknya pengungkapan CSR masa krisis.

Selvi, Wagner & Turel (2010) yang meneliti tentang CSR pada masa krisis di Turki. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan di Turki mempersepsikan CSR sebagai salah satu alat untuk mendapatkan dan mempertahankan reputasi perusahaan. Selvi *et al.* (2010) juga menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan di Turki mempercayai bahwa pada masa krisis ekonomi inilah momentum yang sesuai untuk bisa terus mempertahankan reputasinya di mata masyarakat dan *stakeholders* lainnya.

Kebermanfaatan yang dirasa besar dalam melakukan CSR pada masa krisis inilah yang menyebabkan perusahaan-perusahaan di Turki tidak mengurangi aktivitas CSR mereka pada masa krisis. Oleh karenanya, level pengungkapan CSR pada masa krisis di Turki juga tidak berbeda dengan saat sebelum krisis. Berbeda dengan bukti empiris yang ada di Malaysia dan Turki, bukti empiris yang ada

di Thailand mengungkapkan hal yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Chintrakarn *et al.* (2021) menghasilkan kesimpulan bahwa para komisaris independen cenderung mempunyai pandangan bahwa CSR merupakan aktivitas yang kurang diperlukan dan cenderung harus dikurangi pada masa krisis ekonomi berlangsung. Sedangkan para manajer berpendapat lain, mereka berpendapat bahwa pada masa krisis ekonomi aktivitas CSR justru harus ditingkatkan. Hal ini dilakukan untuk memitigasi risiko tekanan publik yang akan dialami oleh perusahaan selama krisis terjadi. Oleh karenanya, selama masa krisis walaupun ada perbedaan pendapat antara para manajer dan dewan komisaris independen, ternyata pada masa krisis, CSR lebih banyak dilakukan dengan pandangan bahwa CSR dapat digunakan sebagai alat untuk mengurangi risiko kegagalan keberlanjutan perusahaan.

Walaupun telah banyak penelitian empiris yang menggambarkan tentang pola pelaporan CSR masa krisis seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, permasalahan penelitian yang berkaitan dengan bagaimana CSR bisa diamati secara lebih detail dengan pemetaan visibilitas perusahaan masih belum terjawab. Oleh karenanya, penelitian ini kemudian berusaha untuk memberikan bukti empiris tersebut.

Grand theory yang diajukan dalam penelitian ini adalah teori *stakeholders*. Teori *stakeholders* dipilih karena teori ini dianggap dapat menjelaskan tentang pilihan-pilihan respon perusahaan di masa krisis berdasarkan persepsi perusahaan tentang CSR dan harapan para *stakeholders* kepada perusahaan pada masa krisis.

Dalam teori *stakeholder* dijelaskan tentang bagaimana pilihan keputusan manajer perusahaan mengenai kepentingan pemangku mana yang harus diutamakan oleh perusahaan termasuk di dalamnya adalah tentang bagaimana perusahaan dikelola (Freeman, 2015). Semua pihak yang terlibat baik dari sisi internal maupun eksternal perusahaan selain investor dan kreditor harus ikut menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan pengel-

olaan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan (Freeman, 1999, 2015). Freeman & Philips (2002) menyatakan bahwa keberhasilan manajemen dalam menjalankan perusahaan bergantung pada bagaimana manajemen perusahaan menjalin hubungan baik dengan para pemangku kepentingannya. Menurut Clarkson (1995) dan Donaldson & Peterson (1995) kepentingan yang mereka bawa satu dengan yang lain tidak saling mendominasi yang jika kita menganalisis lebih lanjut, sebenarnya posisi pemangku kepentingan ini tidaklah sama (*equal*) satu dengan yang lainnya (Donaldson & Peterson, 1995). Dengan pandangan tersebut, kita bisa mengklasifikasi para pemangku kepentingan perusahaan berdasarkan beberapa atribut seperti kekuatan (*power*). Dalam hal ini kekuatan yang dimaksud adalah tentang sejauh mana kemampuan para pemangku kepentingan tersebut untuk mencapai hasil yang mereka harapkan, yang kedua adalah berdasarkan status legitimasi mereka yang berkaitan dengan keterterimaan secara sosial dan yang terakhir adalah berdasarkan urgensi mereka.

Gray, Owen & Adams (1996) menyatakan bahwa pemangku kepentingan yang mempunyai hanya satu atribut disebut dengan pemangku kepentingan laten, sedangkan yang memiliki dua atribut disebut sebagai pemangku kepentingan *expectant* atau harapan, dan jika semua pemangku kepentingan memiliki semua atribut disebut dengan pemangku kepentingan definitif. Pemangku kepentingan definitif ini memiliki kekuatan untuk mengintervensi keputusan perusahaan. Dengan demikian, sebenarnya manajemen perusahaan mengidentifikasi pemangku kepentingannya berdasarkan sejauh mana pemangku kepentingan tersebut mempunyai dampak terhadap perusahaan. Walaupun demikian, Branco & Rodriguez (2007) menyatakan bahwa dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya, perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan yang berkaitan dengan perusahaan. Hal itu dilakukan dalam rangka mendapatkan dukungan secara berkelanjutan dari para pemangku kepentingan perusahaan.

Dengan demikian menurut Jensen (2002) sebenarnya manajemen perusahaan perlu untuk membuat strategi yang sesuai dan dapat memfasilitasi kepentingan para pemangku kepentingan perusahaan.

Walaupun perusahaan berusaha untuk memenuhi semua kepentingan pemangku kepentingan, menurut Peloza dan Papania (2008;172) biasanya pemangku kepentingan yang mempunyai atribut yang lebih banyak misalnya pemangku kepentingan ini mempunyai atribut kekuatan, legitimasi, dan urgensi sekaligus, maka jenis pemangku kepentingan ini akan lebih memperhatikan masalah tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dibandingkan dengan para pemangku kepentingan yang lain. Diaz, Rodriguez & Craig (2016) menyatakan bahwa bagaimana perusahaan memberikan atribut pada para pemangku kepentingannya tidaklah bersifat statis namun bersifat dinamis bergantung pada situasi yang dihadapi oleh perusahaan. Perubahan dalam kondisi ekonomi makro sebuah negara atau dunia akibat adanya krisis ekonomi atau krisis finansial bisa memicu berubahnya cara perusahaan dalam melakukan proses penetapan atribut pemangku kepentingan (Diaz *et al.*, 2016). Misalnya pemangku kepentingan yang hanya memiliki satu atribut atau yang disebut sebagai pemangku kepentingan laten bisa terklasifikasi sebagai pemangku kepentingan definitif karena kondisi mengharuskan demikian. Oleh karenanya menurut Diaz *et al.* (2016) sebenarnya perusahaan melakukan proses tersebut pada para pemangku kepentingan bergantung pada kondisi perusahaan, tujuan perusahaan, dan kebutuhan mendesak para pemangku kepentingan.

Dalam kondisi krisis, perusahaan yang dalam hal ini direpresentasikan oleh manajer perusahaan akan memilih respon terbaik terkait dengan pilihan CSR pada masa krisis berdasarkan persepsi mereka tentang harapan *stakeholders* dan sudut pandang tentang CSR yang akan dipilih apakah sebagai penambah manfaat atau sebagai beban yang harus dikurangi oleh perusahaan. Hal tersebut tentunya berbeda dengan respon pada saat *good economy*

karena perbedaan tentang persepsi akan *stakeholder* dan kebermanfaatan CSR. Dengan demikian, berdasarkan penelitian terdahulu yang membahas tentang CSR pada masa krisis dan kajian teori yang telah dibahas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Terdapat perbedaan yang signifikan antara pengungkapan CSR sebelum dan selama pandemi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah konten analisis tematik. Konten analisis tematik sendiri banyak digunakan untuk meneliti aktivitas CSR secara empiris dengan cara melakukan kode pada data kualitatif yang ada dalam laporan tahunan atau laporan pertanggungjawaban tersendiri. Butir item yang digunakan untuk melakukan konten analisis tematik ini menggunakan butir yang ada dalam penelitian yang dilakukan oleh Diaz *et al.* (2016) yang terbagi dalam tiga dimensi besar yaitu dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial. Konten analisis tematik ini dilakukan dengan cara memberi nilai 1 jika dalam laporan tahunan atau laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan sesuai dengan butir pengungkapan yang ada pada penelitian yang dilakukan oleh Diaz *et al.* (2016) dan memberikan nilai 0 jika sebaliknya.

Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2019 sampai dengan 2020. Populasi perusahaan manufaktur selama tahun 2019-2020 adalah sebanyak 194 perusahaan. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan mempertimbangkan ketersediaan data penelitian pada website idx dan website perusahaan. Dari kriteria tersebut didapatkan sampel sejumlah 156 perusahaan. Hal tersebut karena ada sebanyak 38 perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangannya baik di idx maupun di website perusahaan selama masa pengamatan penelitian.

Setelah data didapatkan, peneliti kemudian membagi data tersebut ke dalam dua kategori besar yaitu kategori perus-

ahaan yang mempunyai visibilitas publik yang tinggi dan perusahaan yang mempunyai visibilitas publik yang rendah. Menurut Deegan & Gordon (1996), perusahaan yang mempunyai visibilitas publik yang tinggi merupakan perusahaan yang kegiatan operasionalnya mempunyai dampak langsung ke lingkungan sekitar. Perusahaan dengan visibilitas yang tinggi cenderung mempunyai tekanan sosial yang tinggi. Sedangkan perusahaan dengan visibilitas rendah merupakan perusahaan yang tidak mempunyai tekanan sosial tinggi karena aktivitas operasionalnya tidak berdampak secara langsung terhadap lingkungan sekitar.

Branco & Rodriguez (2008) dalam penelitiannya melakukan klasifikasi lanjut pada perusahaan yang mempunyai visibilitas tinggi yaitu perusahaan yang mempunyai kedekatan dengan pelanggan atau konsumen (*consumer proximity*) dan perusahaan yang mempunyai kepekaan lingkungan atau (*environmental sensibility*). Perusahaan yang mempunyai kedekatan dengan konsumen (*consumer proximity*) merupakan perusahaan yang bertanggung jawab secara penuh terhadap produk final yang akan didistribusikan kepada konsumen. Diaz *et al.* (2016) mengklasifikasikan perusahaan dengan *consumer proximity* diantaranya adalah perusahaan tekstil, makanan dan minuman, perusahaan barang-barang rumah tangga, ritel, obat-obatan, jasa telekomunikasi, listrik, distribusi gas, air, dan perbankan. Dalam penelitian ini karena populasinya adalah perusahaan manufaktur maka klasifikasi *consumer proximity* ini juga disesuaikan dengan sub sektor yang ada pada perusahaan manufaktur. Sementara itu, untuk perusahaan dengan *environmental sensibility* merupakan perusahaan yang memiliki sensitivitas lingkungan yang tinggi diantaranya adalah perusahaan yang memiliki lini usaha di bidang pertambangan, minyak, gas, air, konstruksi, bahan kimia, kehutanan dan kertas, industri baja, transportasi, listrik, dan distribusi gas. Selain dari dua klasifikasi tersebut, maka perusahaan manufaktur diklasifikasikan sebagai perusahaan yang tidak memiliki visibilitas dan sensitivitas lingkungan.

Dalam penelitian ini setelah dua klasifikasi terkumpul lalu dilakukan pemetaan level pengungkapan di antara dua klasifikasi tersebut untuk mengetahui pola pengungkapan sebelum dan selama pandemi Covid-19. Pemetaan tersebut dilakukan dengan menggunakan *checklist* pengungkapan yang ada pada penelitian Branco & Rodrigues (2008). Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang tidak melakukan verifikasi atas hasil analisis konten tematik antar penulis, dalam penelitian ini dilakukan verifikasi di antara ketiga penulis. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa subjektifitas dalam memahami konteks pengungkapan CSR dalam laporan keuangan bisa dikurangi.

Setelah pemetaan tersebut selesai dilakukan kemudian dilakukan uji statistik deskriptif untuk menentukan perbedaan rata-rata sebagai pendukung hasil pemetaan pada dua klasifikasi perusahaan manufaktur tersebut kemudian selanjutnya dilakukan uji beda pengungkapan sebelum dan selama pandemi Covid-19 untuk mengetahui apakah perbedaan rata-rata di antara dua kelompok sampel signifikan secara statistik. Hal tersebut dilakukan untuk dapat menarik kesimpulan apakah dugaan bahwa pada masa krisis ekonomi seperti yang terjadi pada masa Covid-19 ini memengaruhi pola pengungkapan CSR sehingga terdapat perbedaan level pengungkapan sebelum dan selama pandemi Covid-19 ini.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Sebaran perusahaan sampel berdasarkan klasifikasi *consumer proximity* dan *environmental sensibility* pada perusahaan sampel disajikan dalam Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1, jumlah perusahaan manufaktur yang terklasifikasi sebagai *consumer proximity* dengan *high visibility* adalah sebesar 67 perusahaan. Dari 67 perusahaan, sebanyak 25 adalah perusahaan manufaktur makanan dan minuman, 18 adalah manufaktur farmasi, 4 adalah perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, 4 perusahaan peralatan rumah tangga, 18 perusahaan tekstil dan garmen, 6 perusahaan

kabel, dan 2 perusahaan tekstil. Pada klasifikasi CP-HV ini didominasi oleh perusahaan manufaktur makanan dan minuman. Pada klasifikasi *consumer proximity-low visibility* (CP-LV) terdapat sebanyak 12 perusahaan yang terdiri dari 4 perusahaan pakan ternak, 3 perusahaan manufaktur mesin dan alat berat, 4 perusahaan manufaktur elektronika, dan 1 perusahaan manufaktur perhiasan. Pada klasifikasi *environmental sensitivity-more sensitive* terdapat 76 perusahaan yang terdiri dari 4 perusahaan rokok, 6 perusahaan semen, 6 perusahaan keramik, porselen dan kaca, 16 perusahaan logam dan sejenisnya, 9 perusahaan kimia, 11 perusahaan plastik dan kemasan, 4 perusahaan kayu dan pengolahan, 6 perusahaan pulp dan kertas, 2 perusahaan pengolahan karet dan kehutanan, dan 12 perusahaan otomotif dan komponen. Sedangkan untuk perusahaan yang terklasifikasi sebagai *environmental sensitive-less sensitive* hanya ada 1 perusahaan saja. Dari pemetaan tersebut didapatkan 43% perusahaan yang terklasifikasi sebagai *consumer proximity-high visibility*, 8% *consumer proximity-low visibility*, 49% *environmental sensitivity-more sensitive* dan 1% *environmental sensitive-less sensitive* dari seluruh total perusahaan manufaktur yang berjumlah 156 perusahaan.

Pengungkapan CSR Berdasarkan *Consumer Proximity*

Tabel 2 menyajikan tingkat pengungkapan *consumer proximity* untuk klasifikasi *high visibility* dan *low visibility* (HV dan LV). Secara keseluruhan pada kedua grup baik pada grup HV selama tahun 2019 hingga 2020 terjadi penurunan sebesar 1% tetapi pada grup LV justru tidak mengalami kenaikan maupun penurunan. Sedangkan pada tiap sub dimensi penurunan dan meningkatannya berbeda. Pada dimensi ekonomi grup HV justru mengalami peningkatan sebesar 5% sedangkan pada grup LV secara total tetap. Pada sub indikator kinerja ekonomi (*economic performance*) pada grup HV dan LV mengalami kenaikan masing-masing sebesar 9% dan 2%. Lain halnya dengan kinerja ekonomi, indikator *market presence* mengalami penurunan

pada grup HV turun sebesar 1% sedangkan pada grup LV justru mengalami penurunan sebesar 2%. Pada indikator *indirect economic impact* untuk grup HV terjadi penurunan sebesar 4% sedangkan pada grup LV tidak terjadi perubahan. Pola ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Branco & Rodriguez (2008). Perusahaan pada masa krisis memilih untuk melakukan efisiensi dimana salah satunya dengan cara melakukan pemilihan *stakeholder*. Dalam teori *stakeholder* disebutkan bahwa *stakeholder* terpilih merupakan *stakeholder* definitif yang kepentingannya harus diutamakan oleh perusahaan yaitu investor dan kreditor. Jika dilihat secara seksama, butir pengungkapan pada *economic performance* memang berisi tentang informasi mengenai informasi ekonomi seperti jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan, biaya operasional, kompensasi karyawan, *retained earnings*, dan pembayaran ke pemodal termasuk di dalamnya adalah pembayaran dividen untuk investor dan pembayaran bunga kepada kreditor serta pembayaran pajak.

Pengungkapan lingkungan secara keseluruhan cenderung tetap atau konstan. Jika dilihat ada beberapa sub-indikator yang mengalami kenaikan seperti pada indikator energi. Berbeda dengan pola pada perusahaan HV, pengungkapan dimensi lingkungan pada perusahaan LV justru mengalami penurunan sebesar 2% yang dikontribusikan oleh penurunan pada indikator *emission, effluents, and waste*.

Pada dimensi sosial, baik perusahaan yang ada pada kategori HV maupun LV sama-sama mengalami penurunan pada kategori HV penurunan pengungkapan dimensi sosial adalah sebesar 12% sedangkan pada kategori LV sebesar 3% dibandingkan

dengan tahun sebelumnya. Indikator yang berkontribusi paling banyak adalah *employment* (-3%) dan *corruption* (-5%) untuk kategori HV. Sedangkan untuk kategori LV *labor management* (-1%) dan *corruption* (-1%). Pola penurunan yang sama ada pada indikator korupsi untuk kedua kategori HV dan LV. Penurunan pada korupsi ini bisa disebabkan secara umum oleh adanya isu pelemahan lingkungan korupsi di Indonesia. Setelah dilakukannya revisi Undang-Undang KPK pada tahun 2019 yang baru. Revisi Undang-Undang Komisi Pemberantasan Korupsi tersebut membawa kelonggaran bagi proses penegakan hukum tindak pidana korupsi sehingga mungkin hal tersebut bisa berdampak terhadap persepsi perusahaan dalam pengelolaan risiko yang disebabkan oleh korupsi.

Pada indikator tenaga kerja juga mengalami penurunan dalam kurun waktu 2019-2020, hal ini wajar karena pandemi Covid-19 ini memengaruhi kemampuan finansial perusahaan yang berdampak pada banyaknya pengurangan tenaga kerja besar-besaran selama tahun 2020. Menurut Indayani dan Hartono (2020) selama masa pandemi Covid-19 Indonesia mengalami perlambatan pertumbuhan ekonomi karena menurunnya daya beli masyarakat. Sementara itu, perusahaan banyak yang memilih untuk melanjutkan produksi yang tidak sejalan dengan kemampuan daya beli masyarakat. Hal tersebut yang kemudian mendorong perusahaan untuk kembali melakukan efisiensi dengan cara melakukan pengurangan tenaga kerja.

Indayani & Hartono (2020) menyebutkan bahwa selama 2020, jumlah karyawan perusahaan yang mengalami pemutusan hubungan kerja akibat pandemi Covid-19 berjumlah 212.394. Jumlah

Tabel 1.
Sebaran Perusahaan Berdasarkan Klasifikasinya

Klasifikasi	Jumlah Perusahaan	Presentase
<i>Consumer Proximity-High Visibility</i>	67	43%
<i>Consumer Proximity-Low Visibility</i>	12	8%
<i>Environmental Sensitive- Less sensitif</i>	1	1%
<i>Environmental Sensitive- More sensitif</i>	76	49%
Total Perusahaan	156	100%

tersebut merupakan jumlah yang besar dibandingkan dengan tingkat pemutusan hubungan kerja tahun 2019 yang hanya 45.000 saja. Pandemi Covid-19 ini membawa dampak yang sangat signifikan bagi perusahaan terutama pada strategi

perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya baik di masa pandemi maupun di masa depan setelah pandemi selesai atau mereda dan menjadi endemi. Pengurangan jumlah tenaga kerja ini tentu saja berpengaruh terhadap

Tabel 2.
Indeks Pengungkapan *Consumer Proximity*

<i>CSR Index and CSR Categories</i>	<i>High Visibility</i>			<i>Low Visibility</i>		
	2019	2020	Prosentase Perubahan	2019	2020	Prosentase Perubahan
Total CSRD Index	25	24	-1%	4	4	0%
Economic	59	64	5%	11	11	0%
<i>Economic Performance</i>	23	32	9%	4	6	2%
<i>Market Presence</i>	15	14	-1%	3	1	-2%
<i>Inderect Economic Impact</i>	22	18	-4%	4	4	0%
Environmental	42	42	0%	8	6	-2%
<i>Materials</i>	12	11	-1%	2	2	0%
<i>Energy</i>	11	12	1%	2	2	0%
<i>Water</i>	4	4	0%	0	0	0%
<i>Biodiversity</i>	2	2	0%	0	1	1%
<i>Emissions, Effluents & Waste</i>	8	7	-1%	2	1	-1%
<i>Products & Services</i>	6	6	0%	1	1	0%
<i>Compliance</i>	0	0	0%	0	0	0%
SOCIAL	121	109	-12%	20	17	-3%
<i>Employment</i>	26	23	-3%	4	4	0%
<i>Labor Management</i>	4	4	0%	1	0	-1%
<i>Occupational Health, Safety</i>	13	13	0%	2	2	0%
<i>Training & Education</i>	13	12	-1%	2	2	0%
<i>Diversity, Equal Opportunity</i>	8	7	-1%	2	2	0%
Total Labor Practice	64	59	-5%	12	11	-1%
<i>Investment, Procurement</i>	1	0	-1%	0,20	0	0%
<i>Non-Discrimination</i>	0	0	0%	0,00	0	0%
<i>Freedom Association</i>	3	4	1%	0,00	0,4	0%
<i>Child Labor</i>	1	1	0%	0,40	0	0%
<i>Compulsory Labor</i>	1	0	-1%	0,40	0	0%
Human Rights	6	5	-1%	1	0,4	-1%
<i>Community</i>	20	19	-1%	3	3	0%
<i>Corruption</i>	14	9	-5%	1	0	-1%
<i>Public Policy</i>	0	0	0%	0	0	0%
Total Society	34	28	-6%	4	3	-1%
<i>Customer Health & Safety</i>	9	8	-1%	1	1	0%
<i>Product, Service Labeling</i>	2	2	0%	1	1	0%
<i>Marketing Communications</i>	7	6	-1%	1	1	0%
<i>Compliance</i>	0	0	0%	0	0	0%
Total Product Responsibility	17	16	-1%	3	3	0%

pengungkapan yang berkaitan dengan tenaga kerja dimana aspek yang diungkapkan salah satunya meliputi jumlah keseluruhan pekerja yang baru direkrut oleh perusahaan.

Pengungkapan CSR Berdasarkan *Environmental Sensitivity*

Perusahaan dengan *environmental sensitivity* merupakan perusahaan yang mempunyai kepekaan lingkungan seperti perusahaan yang bergerak dalam bidang bidang pertambangan, minyak, gas, air, bahan kimia, kehutanan dan kertas, dan industri baja. Berikut disajikan tabel tingkat

Tabel 3.
Indeks Pengungkapan *Environment Sensitivity*

<i>CSR Index and CSR Categories</i>	<i>More Sensitive</i>			<i>Less Sensitive</i>		
	2019	2020	Prosentase Perubahan	2019	2020	Prosentase Perubahan
Total CSR Index	32	30	-2%	0,35	0,25	0%
Economic	68	66	-2%	1	1	0%
<i>Economic Performance</i>	19	39	20%	0,33	0,33	0%
<i>Market Presence</i>	25	11	-14%	0,33	0,33	0%
<i>Inderect Economic Impact</i>	23	16	-7%	0,33	0,33	0%
Environmental	61	51	-10%	1	0,29	-1%
<i>Materials</i>	16	15	-1%	0,00	0,14	0%
<i>Energy</i>	16	14	-2%	0,29	0,14	0%
<i>Water</i>	4	2	-2%	0,00	0,00	0%
<i>Biodiversity</i>	3	2	-1%	0,00	0,00	0%
<i>Emissions, Effluents & Waste</i>	14	11	-3%	0,29	0,00	0%
<i>Products & Services</i>	8	8	0%	0,00	0,00	0%
<i>Compliance</i>	0	0	0%	0,00	0,00	0%
SOCIAL	155	154	-1%	2	1	-1%
<i>Employment</i>	30	30	0%	0,40	0,40	0%
<i>Labor Management</i>	5	6	1%	0,20	0,20	0%
<i>Occupational Health, Safety</i>	14	14	0%	0,20	0,20	0%
<i>Training & Education</i>	15	15	0%	0,20	0,20	0%
<i>Diversity, Equal Opportunity</i>	15	15	0%	0,20	0,20	0%
Total Labor Practice	80	80	0%	1	1	0%
<i>Investment, Procurement</i>	2	1	-1%	0,00	0,00	0%
<i>Non-Discrimination</i>	1	1	0%	0,00	0,00	0%
<i>Freedom Association</i>	4	5	1%	0,00	0,00	0%
<i>Child Labor</i>	3	3	0%	0,00	0,00	0%
<i>Compulsory Labor</i>	1	0	-1%	0,00	0,00	0%
Human Rights	10	9	-1%	1	1	0%
<i>Community</i>	23	23	0%	0,33	0,33	0%
<i>Corruption</i>	23	23	0%	0,00	0,00	0%
<i>Public Policy</i>	1	0	-1%	0,00	0,00	0%
Total Society	47	46	-1%	0	0	0%
<i>Customer Health & Safety</i>	6	6	0%	0,00	0,00	0%
<i>Product, Service Labeling</i>	3	4	1%	0,00	0,00	0%
<i>Marketing Communications</i>	9	9	0%	0,00	0,00	0%
<i>Compliance</i>	0	0	0%	0,00	0,00	0%
Total Product Responsibility	18	19	1%	0	0	0%

pengungkapan *environmental sensitivity* untuk *klasifikasi more sensitive dan less sensitive* (MS dan LS). Pada perusahaan dengan kategori *environmental sensitivity*, pola yang ditunjukkan agak berbeda dengan perusahaan dengan kategori *consumer proximity*. Walaupun demikian, dari sisi indikator ekonomi polanya sama bahwa pada masa krisis seperti masa pandemi Covid-19 perusahaan cenderung memberikan perhatian utama kepada investor dan kreditor dengan memberikan keterbukaan informasi ekonomi yang dibutuhkan oleh pemangku kepentingan utama yaitu investor dan kreditor. Bahkan di masa krisis jumlah butir yang diungkapkan bertambah. Artinya, perusahaan juga berusaha untuk memberikan sinyal optimis kepada pasar bahwa perusahaan masih mampu untuk bisa *going concern* selama masa krisis pandemi Covid-19 dan di masa yang akan datang. Hal tersebut dapat dilihat dari kenaikan pada indikator kinerja ekonomi mengalami kenaikan sebesar 20% dari tahun 2019 untuk kategori *more sensitive* (MS). Sedangkan untuk kategori LS pada indikator kinerja ekonomi cenderung mengalami stagnansi. Perusahaan pada kategori LS ini memang tidak banyak mengalami pola perubahan dari tahun sebelumnya dan cenderung sama. Hal tersebut bisa diamati dari tidak adanya perubahan indeks pengungkapan dari tahun 2019 sampai dengan 2020. Sementara itu, untuk perusahaan kategori MS pada dimensi lingkungan selama tahun 2020 mengalami penurunan terutama pada indikator *emission, effluents, and waste* yang turun sebesar 3% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada dimensi sosial secara keseluruhan pada kategori HS dan LS mengalami penurunan sebesar 1%. Penurunan pada kategori HS dikontribusikan oleh indikator *human rights* dan *total society* yang masing-masing

turun secara total sebesar 1%. Sedangkan pada indikator *total product respinsibility* justru mengalami peningkatan sebesar 1% yang dikontribusikan oleh kenaikan pada indikator *product, service, dan labeling*. Pola yang ada pada perusahaan dengan kategori *environmental sensitivity* berdasarkan pemetaan tersebut, berbeda terutama pada indikator sosial. Pada kategori *consumer proximity*, indikator sosial secara keseluruhan mengalami penurunan sebesar 12% sedangkan pada kategori ini penurunannya hanya sebesar 1%. Walaupun sama-sama mengalami penurunan namun besaran penurunan berbeda. Hal ini mungkin dikarenakan perusahaan kategori *environmental sensitivity* lebih disorot secara sosial. Pada indikator lingkungan pada kategori ini justru mengalami penurunan sebanyak 10% untuk HS.

Pengungkapan Selama Pandemi COVID-19

Pada pemetaan di atas berdasarkan kategori *consumer proximity* dan *environmental sensibility* bisa diamati bahwa secara keseluruhan CSRD pada kedua kategori tersebut mengalami penurunan. Hal tersebut juga sejalan dengan rata-rata pengungkapan CSR yang cenderung menurun seperti yang terlihat pada tabel uji statistik deskriptif di bawah ini.

Dari tabel uji statistik deskriptif pada Tabel 4, dapat diamati bahwa rata-rata pengungkapan CSR 2019 adalah sebesar 15,8974 dimana rata-rata tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata pengungkapan CSR tahun 2020 yang hanya sebesar 14,9808. Selanjutnya untuk mendapatkan gambaran yang utuh tentang apakah memang pengungkapan CSR selama pandemi COVID-19 ini jauh berbeda dan cenderung menurun maka kami juga melakukan uji beda terhadap dua sampel pengungkapan CSR yaitu tahun 2019 yang

Tabel 4.
Uji Statistik Deskriptif Pengungkapan CSR

Keterangan	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Pengungkapan CSR 2019	156	158,974	349,041	7,00	23,00
Pengungkapan CSR 2020	156	149,808	422,049	2,00	24,00

diproksikan sebagai tahun sebelum pandemi dan tahun 2020 sebagai tahun selama pandemi. Sebelum melakukan uji beda, berikut disajikan uji normalitas. Berikut disajikan hasil uji normalitas pengungkapan CSR.

Dari hasil uji normalitas data, didapatkan bahwa nilai signifikansi (2 tailed) lebih rendah dari 0,05 baik pada pengungkapan CSR di tahun 2019 maupun di tahun 2020 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pengungkapan CSR tahun 2019 dan 2020 tidak terdistribusi secara normal sehingga untuk dapat menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada pengungkapan CSR sebelum dan selama pandemi maka dilakukan uji *wilcoxon signed rank* test. Berikut disajikan hasil uji tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan uji *Wilcoxon Signed Rank* didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 artinya terdapat perbedaan signifikan pengungkapan CSR sebelum dan selama pandemi Covid-19. Jika dilihat dari rata-rata pada uji statistik deskriptif rata-rata jumlah pengungkapan CSR di tahun 2019 atau sebelum pandemi lebih besar dibandingkan selama masa pandemi di tahun 2020. Hal ini sejalan dengan teori yang diajukan dalam penelitian ini yaitu teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa pada masa krisis manajemen perusahaan dituntut untuk mengambil langkah strategis yang salah satunya adalah melakukan pemilihan *stakeholders definitif* sesuai dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan (Diaz *et al.*, 2016). *Stakeholder* definitif yang dimaksud berdasarkan hasil penelitian ini adalah investor dan kreditor. Hal ini bisa

ditunjukkan dengan naiknya item pengungkapan pada indikator kinerja ekonomi selama tahun 2020. Hal ini bisa berarti bahwa perusahaan lebih mengutamakan persepsi *going concern* dengan memberikan sinyal kepada investor dan kreditor dengan menunjukkan keterbukaan pengungkapan kinerja ekonomi yang diharapkan bisa memperkuat sentimen positif sehingga kepercayaan semakin naik walaupun perusahaan sedang ada di masa-masa ketidakpastian karena pandemi Covid-19.

Baik untuk kategori *consumer proximity* dan *environmental sensibility*, keduanya mengalami pola penurunan pengungkapan pada indikator selain *economic performance* baik pada dimensi ekonomi maupun pada dua dimensi lain yaitu dimensi lingkungan dan sosial. Hal tersebut juga berkaitan dengan bagaimana perusahaan dapat menerapkan efisiensi biaya yang salah satunya adalah dengan cara meredefinisikan tentang bagaimana cara CSR dilakukan dan dilaporkan dalam laporan keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Samkin *et al.* (2014) yang meneliti tentang pola pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan yang ada di Australia selama krisis keuangan dunia dan menghasilkan kesimpulan bahwa pengungkapan CSR perusahaan-perusahaan di Australia mengalami penurunan pada masa krisis keuangan dunia. Hal ini karena pada saat terjadi krisis ekonomi perusahaan cenderung bertindak secara lebih konservatif dalam mengelola keuangan perusahaan dan cenderung lebih defensif untuk mempertahankan hidupnya. Cheney & McMillan (1990) menyatakan bahwa pada masa krisis ekonomi perusahaan lebih memilih untuk tidak terlibat dalam kegiatan CSR sehingga pengungkapannya juga cenderung menurun.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan persepsi perusahaan-perusahaan di Indonesia tentang CSR itu sendiri. Pelaksanaan CSR memang telah termaktub dalam sejumlah peraturan hukum di Indonesia namun pelaksanaannya masih berdasarkan pemenuhan kewajiban belum

Tabel 5.
Uji Wilcoxon Signed Rank

Pengungkapan CSR 2020 - Pengungkapan CSR 2019	
Z	-3,643 ^b
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,000

a. *Wilcoxon Signed Ranks Test*

b. *Based on positive ranks.*

sepenuhnya berfokus pada peyelesaian isu dan masalah sosial yang ada di masyarakat. Hal ini menempatkan CSR bukan sebagai bagian strategi perusahaan untuk mencapai keberlanjutan terutama pada masa krisis. Senada dengan itu, Nayenggita *et al.* (2021) menyatakan bahwa CSR di Indonesia dilakukan berdasarkan perspektif pembagian keuntungan yang lebih difokuskan untuk menjawab keinginan bukan pada kebutuhan masyarakat yang dihadapi dalam dunia nyata.

Hal ini bisa dilihat pada penurunan aspek sosial pada kedua kategori yaitu perusahaan dengan *environmental sensitivity* dan *consumer proximity*. Oleh karenanya, CSR belum dianggap sebagai alat untuk menjaga reputasi perusahaan di luar *stakeholders* definitif perusahaan (investor dan kreditor) yang dapat menunjang keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang. Hal tersebut juga bisa diamati dari adanya penurunan yang cukup signifikan pada indikator lingkungan pada kategori *environmental sensitivity-high sensitivity* yang seharusnya jika memang CSR dianggap dan dipersepsikan sebagai alat penunjang keberlanjutan setidaknya pengungkapan pada indikator lingkungan kategori HS tidak mengalami penurunan bahkan harus ditingkatkan pada masa krisis ini. Selain itu, pengungkapan item CSR yang sifatnya masih sukarela di Indonesia dan tidak ada kewajiban mengikat yang berkaitan dengan butir CSR apa yang harus diungkapkan menambah keyakinan perusahaan untuk lebih berfokus pada indikator ekonomi dibandingkan indikator sosial dan lingkungan pada masa krisis ekonomi di era pandemi Covid-19 terlepas dari posisi visibilitas mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pengungkapan CSR pada tahun 2020 sebagai proksi waktu pandemi dan sebelum pandemi yaitu pada tahun 2019 berdasarkan uji *wilcoxon signed rank* test. Selama tahun 2020 terjadi penurunan indeks pengungkapan CSR pada kedua kategori perusahaan yaitu *consumer*

proximity dan *environmental sensibility*.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa pada masa pandemi Covid-19 yang menyebabkan krisis ekonomi dan ketidakpastian di masa yang akan datang, perusahaan cenderung memfokuskan diri terhadap pemenuhan kepentingan *stakeholders* definitifnya yaitu investor dan kreditor terlepas dari posisi visibilitas mereka.

KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini hanya berfokus pada satu sektor saja sehingga pola pengungkapan CSR secara keseluruhan belum bisa diamati secara utuh. Selain itu penelitian ini tidak melibatkan aspek kualitatif tentang persepsi para manajer perusahaan terhadap CSR pada masa krisis sehingga elaborasi tentang penurunan aktivitas CSR belum bisa dijelaskan secara komprehensif. Untuk dapat mendapatkan gambaran mengenai pola pengungkapan dan dampak pandemi Covid-19 ini terhadap pengungkapan CSR mungkin diperlukan data dari berbagai sektor yang ada di BEI dan jumlah tahun pengamatan yang lebih luas lagi dan ditambah mengenai persepsi manajer perusahaan tentang CSR pada masa krisis untuk mengetahui persepsi tentang CSR di masa krisis dengan lebih baik.

Penelitian ini memberikan tambahan referensi tentang bagaimana CSR dilakukan dan dilaporkan pada masa krisis di Indonesia. Hal ini penting karena belum banyak penelitian yang fokus untuk mengamati hal tersebut. Penelitian ini juga sekaligus mengkonfirmasi teori *stakeholders* yang menyebutkan bahwa pada masa krisis perusahaan cenderung akan memilih *stakeholders* yang paling memberikan manfaat. Berdasarkan hasil pada penelitian ini, hal tersebut harus menjadi perhatian bagi regulator di Indonesia untuk dapat menyusun regulasi pelaksanaan dan pelaporan CSR dengan lebih komprehensif sehingga tercipta lingkungan pelaksanaan CSR yang lebih baik. Hal tersebut agar CSR di Indonesia tidak lagi hanya diposisikan sebagai pemenuhan kewajiban tetapi juga untuk dapat menyelesaikan permasalahan nyata

di masyarakat terutama pada saat krisis terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Arevalo, J.A., & Aravind, D. (2010). The impact of the crisis on corporate responsibility: The case of UN global compact participants in the USA. *Corporate Governance International Journal of Business in Society*, 10 (4), 406-420.
- Bhatia, A., & Makkar, B. (2019). CSR disclosure in developing and developed countries: A comparative study. *Journal of Global Responsibility*, 11(1), 1-26.
- Branco, Manuel Castelo, and Lúcia Lima Rodrigues. (2008). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*, 83 (4), 685-701.
- Branco, M.C., Delgado, C., Gomes, S. F., & Eugénio, T.C.P. (2014). Factors influencing the assurance of sustainability reports in the context of the economic crisis in Portugal. *Managerial Auditing Journal*, 29 (3), 237-252.
- Camacho-Gingerich, A., Branco-Rodriguez, S., Pitteri, R., & Javier, R. (2007). Psychological adjustment, cultural, and legal issues. *Handbook of adoption: Implications for researchers, practitioner, and families*, 149-159.
- Charitoudi, G., Giannarakis, G., & Lazarides, T.G. (2011). Corporate social responsibility performance in periods of financial crisis. *European Journal of Scientific Research*, 63(3), 447-455.
- Cheney, G., & McMillan, J.J. (1990). Organizational rhetoric and the practice of criticism. *Journal of Applied Communication Research*, 18 (2), 93-114.
- Chintrakarn, P., Jiraporn, P., & Treepongkaruna, S. (2021). How do independent directors view corporate social responsibility (CSR) during a stressful time? Evidence from the financial crisis. *International Review of Economics & Finance*, 71, 143-160.
- Cho, C.H., Michelon, G., Patten, D.M., & Roberts, R.W. (2015). CSR disclosure: The more things change?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(1), 14-35.
- Clarkson, M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117.
- Coluccia, D., Fontana, S., & Solimene, S. (2018). Does institutional context affect CSR disclosure? A study on Eurostoxx 50. *Sustainability*, 10(8), 2823.
- Cuganesan, S., Guthrie, J., & Ward, L. (2010). Examining CSR disclosure strategies within the Australian food and beverage industry. *Accounting Forum* 34(3-4), 169-183.
- Deegan, Craig, and Ben Gordon. (1996). A Study of the Environmental Disclosure Practices of Australian Corporations. *Accounting and Business Research*, 26(3), 187-99.
- Diaz, A., Rodrigues, L.L., & Craig, R. (2016). Global financial crisis and corporate social responsibility disclosure. *Social Responsibility Journal* 12(4), 654-671.
- Donaldson, T., & Preston, L.E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of management Review*, 20(1), 65-91.
- Freeman, R.E. (1999). Divergent stakeholder theory. *Academy of management review*, 24(2), 233-236.
- Freeman, R.E., & Phillips, R.A. (2002). Stakeholder theory: A libertarian defense. *Business Ethics Quarterly*, 12 (3), 331-349.
- Freeman, R.E. (2015). Stakeholder theory. *Wiley encyclopedia of management*, 1-6.
- García-Benau, M. A., Sierra-Garcia, L., & Zorio, A. (2013). Financial crisis impact on sustainability reporting. *Management decision* 51 (7), 1528-1542.
- Giannarakis, G., & Theotokas, I. (2011). The effect of financial crisis in corporate social responsibility performance. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 2-10.
- Gray, R., Owen, D., & Adams, C. (1996). *Accounting & accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Prentice Hall.
- Haji, A.A., & Ghazali, N.A.M. (2012). The influence of the financial crisis on corporate voluntary disclosure: Some Malaysian evidence. *International*

- Journal of Disclosure and Governance*, 9(2), 101-125.
- Indayani, S., & Hartono, B. (2020). Analisis pengangguran dan pertumbuhan ekonomi sebagai akibat pandemi covid-19. *Jurnal Perspektif*, 18(2), 201-208.
- Jain, A., Keneley, M., & Thomson, D. (2015). Voluntary CSR disclosure works! Evidence from Asia-Pacific banks. *Social Responsibility Journal* 11(1), 2-18.
- Jensen, M. C. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business ethics quarterly*, 235-256.
- Karaibrahimoglu, Y.Z. (2010). Corporate social responsibility in times of financial crisis. *African journal of Business management*, 4(4), 382.
- Lu, J.Y., & Castka, P. (2009). Corporate social responsibility in Malaysia-experts' views and perspectives. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16 (3), 146-154.
- Mia, P., & Al Mamun, A. (2011). Corporate social disclosure during the global financial crisis. *International Journal of Economics and Finance*, 3(6), 174-187.
- Miras R.M.D.M., Pérez, E.B., & Gallego, C.A. (2014). Are Spanish listed firms betting on CSR during the crisis? Evidence from the agency problem. *Business and Management Research*, 3(1), 85-95.
- Nayenggita, G.B., Raharjo, S.T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik corporate social responsibility (csr) di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2 (1), 61-66.
- Papania, L., Shapiro, D. M., & Peloza, J. (2008). Social impact as a measure of fit between firm activities and stakeholder expectations. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 4(1), 3-16.
- Pinto, S., & de Villiers, C. (2012). Do companies reduce CSR disclosures during recessions?. Paper presented at the 11th A-CSEAR Conference, Wollongong, NSW, Dec 2012
- Rahma, A., & Widyasari, K.N. (2008). The analysis of company characteristic influence toward CSR disclosure: Empirical evidence of manufacturing companies listed in JSX. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 12 (1), 25-35.
- Rodolfo, C.H.M. (2012). Examining CSR reporting and economic crisis a study of GRI reporting companies. *Asian In Economic and Financial Review*, 2(1), 30-29.
- Samkin, G., De Villiers, C., & Pinto, S. (2014). Corporate social responsibility disclosures during the global financial crisis: New Zealand evidence. *New Zealand Journal of Applied Business Research*, 12(2), 33-49.
- Seles, B.M.R.P., Jabbour, de S.A.B.L., Jabbour, C.J.C., & Jugend, D. (2018). In sickness and in health, in poverty and in wealth?: Economic crises and CSR change management in difficult times. *Journal of Organizational Change Management*, 31 (1), 4-25.
- Selvi, Y., Wagner, E., & Türel, A. (2010). Corporate social responsibility in the time of financial crisis: Evidence from Turkey. *Annales Universitatis Apulensis-Series Oeconomica*, 1(12), 1-28.