

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sebuah perusahaan didirikan secara langsung maupun tidak langsung dapat memberikan efek positif maupun negatif kepada pemangku kepentingannya. Positifnya dengan adanya sebuah perusahaan, para masyarakat akan terpenuhi kebutuhannya baik itu pemenuhan barang ataupun jasa, disamping itu efek negatif juga melekat dari proses bisnis yang dihasilkan perusahaan terhadap berbagai pihak, seperti polusi lingkungan, kesehatan dari produk, eksploitasi para pekerja dan energi yang digunakan tidak semestinya. Perkembangan ekonomi dan peningkatan teknologi dianggap hal yang diberikan oleh banyak perusahaan, namun disertai juga banyaknya kritikan terkait dengan masalah sosial dan lingkungan yang terus dihasilkan dari aktivitas perusahaan. Contoh kasus dari beberapa perusahaan yang terkait pada masalah lingkungan yaitu kasus pencemaran teluk buyat yang dilakukan oleh PT Newmont Minahasa Raya yang disinyalir adanya pelanggaran dalam peraturan kadar limbah pertambangan sehingga mencemari wilayah sekitar dengan bahan berbahaya, yang berdampak pada kesehatan tak lazim bagi warga dan hewan. Selain itu, ada kasus Lapindo yang dilakukan oleh Lapindo Brantas Inc. terjadi kekeliruan dalam aktivitas pengeboran yang menyebabkan lumpur menerobos keluar sehingga berdampak pada kerusakan lingkungan dari rumah penduduk dan beberapa sarana prasarana serta masalah kesehatan bagi masyarakat sekitar.

Usaha perusahaan untuk mempertahankan bisnis mereka pada zaman yang semakin modern saat ini menuntut mereka untuk berkompetisi terhadap para pesaing bisnis mereka. Hal ini dimaksudkan dengan tujuan perusahaan menghasilkan laba setinggi-tingginya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, pencapaiannya bukan hanya terkait pada peningkatan dan perbaikan internal perusahaan, namun menjalin dan mengembangkan hubungan sosial kepada pihak stakeholder entitas merupakan hal yang penting dan menjadi tanggung jawab perusahaan, hal ini timbul dari pada konsep teori legitimasi yang menyatakan legitimasi dapat diperoleh jika adanya kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai dengan keberadaan nilai dalam lingkungan serta masyarakat Deegan (2002b). Apabila terjadinya kesenjangan disitulah timbul *legitimacy gap*, *legitimacy gap* dapat disesuaikan dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan baik itu berasal dari internal maupun eksternal perusahaan disebut *Corporate Social Responsibility*.

Pada perawalan abad ke-20 konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*) timbul di AS. Terkait apakah pemangku kepentingan entitas merupakan bagian dari tanggung jawab entitas, baik itu pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat dan berbagai pihak yang terkait. Walaupun CSR sudah timbul sejak lama, namun banyak perusahaan yang mengabaikannya sehingga timbul beberapa skandal terkait masalah CSR pada perusahaan-perusahaan yang tergolong besar seperti Nike yang menyalahi perlindungan para hak buruh mereka dengan *sweathop*-nya di berbagai negara berkembang, kemudian perusahaan Coca-Cola tersandung kasus pencemaraan sumber daya air di India, lalu

perusahaan Snow Brand Dairy Co. terlibat dua kasus yaitu pencemaran susu di Jepang pada tahun 2000 dan di China pada tahun 2008 tersandung kasus keracunan susu sanlu pada pelanggan mereka. Beberapa kasus tersebut dapat menyadarkan perusahaan khususnya perusahaan yang tergolong besar bahwa jika CSR tidak dipenuhi maka akan lebih banyak pihak berkepentingan terkena dampaknya (Yang *et al.*, 2010).

Pemuasan berbagai pemangku kepentingan perusahaan merupakan tugas utama dari CSR. Teori stakeholder mengungkapkan sekelompok pemangku kepentingan secara luas merupakan bagian dari hutang tanggung jawab sosial perusahaan (Donaldson & Lee, 1995; Freeman, 1984). Definisi pemangku kepentingan mengacu pada segala sesuatu yang melibatkan diri dalam proses bisnis perusahaan yang terdiri dari berbagai kelompok yang berbeda, seperti pemegang saham, karyawan, pelanggan, kreditur, pesaing dan masyarakat secara luas. Teori stakeholder menyatakan pentingnya perusahaan dalam membangun dan menjalin hubungan baik dengan para pemangku kepentingannya, karena mereka telah berani menerima konsekuensi terkait dengan risiko atas menginvestasikan aset, modal, manusia, dan segala sesuatu yang dianggap mereka bernilai kepada perusahaan (Clarkson, 1995). Tugas dari manajemen pemangku kepentingan yaitu terus menyeimbangkan dan menghubungkan berbagai tujuan. Menurut Freeman (1984) manajemen pemangku kepentingan memiliki tujuan untuk menghasilkan mode strategis dengan merancang sebuah metode untuk mengatur berbagai kelompok dan hubungan para pemangku kepentingan. Manajemen strategis menyatakan salah satu pencapaian tujuan perusahaan yaitu

dengan mendapatkan dukungan oleh para pemangku kepentingannya, sehingga manajer perlu memahami keresahan dari para pemangku kepentingan mereka, karena salah satu kesuksesan sebuah perusahaan dalam jangka panjang membutuhkan dorongan dari para pemangku kepentingan. Dengan demikian, manajemen perlu menjalin hubungan erat dengan para pemangku kepentingan demi pengembangan strategi bisnis.

Tindakan aktif pemerintah di Indonesia untuk mendukung pelaksanaan dan pengungkapan CSR yaitu dengan cara diterbitkannya regulasi terkait pada pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang diwajibkan melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 pada pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) bagian c menyatakan selain penyampaian laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan pasal 74 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan berlaku bagi perseroan yang mengelolah atau memiliki dampak secara langsung terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan (Undang-Undang Perseroan terbatas, 2007). Aktivitas CSR sendiri memiliki beberapa perbedaan dengan program PKBL (Program kemitraan dan bina lingkungan), yaitu CSR terkait hal yang *mandatory* terlepas dari rugi atau laba dari perusahaan, sedangkan untuk PKBL didasarkan pada laba bersih yang dibukukan pada tahun sebelumnya dan biaya yang dikeluarkan untuk CSR sendiri tidak memiliki batasan pasti tergantung dampak dari aktivitas perusahaan atau subjektivitas dari perusahaan, sedangkan untuk PKBL menurut peraturan

menteri BUMN No. 4 tahun 2007, yakni 2% laba perusahaan harus disisihkan untuk program PKBL.

Walaupun CSR dianggap suatu hal yang *mandatory* namun, masih ada beberapa perusahaan yang merasa terbebani baik itu dalam hal pelaksanaan maupun pengungkapannya, karena hal tersebut memberikan kekhawatiran bagi perusahaan. Perusahaan beranggapan bahwa pelaksanaan CSR merupakan hal yang sia-sia, dan hanya akan menambah beban dari perusahaan. Hal ini disebabkan banyaknya program-program CSR yang tidak berhasil. Meskipun usaha yang dilakukan dalam penerapan program tersebut sudah seoptimal mungkin, tetapi hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. (Wibisono *et al.*, 2014).

Namun terkait hal tersebut semestinya perusahaan dapat melihat dari pada aspek lainnya, seperti yang ada pada konsep *signaling theory* yang secara umum, sinyal diartikan sebagai isyarat yang dilakukan oleh perusahaan (manajer) kepada pihak luar (investor). Sinyal tersebut dapat berwujud berbagai bentuk, baik yang secara langsung dapat diamati maupun yang harus dilakukan penelaahan lebih mendalam untuk dapat mengetahuinya (Gumanti, 2009). Sehingga pengungkapan CSR dapat sebagai salah satu sinyal kepada para calon investor, sinyal yang berarti menunjukkan perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik, karena memiliki kemampuan dalam melaksanakan aktivitas CSR dan dapat menarik simpatik para stakeholder atas kepedulian perusahaan terhadap para stakeholdernya sehingga memancing para investor secara luas untuk berinvestasi. Kemudian untuk kepentingan pajak terkait pada aktivitas CSR, walau dianggap

sebagai biaya, namun untuk beberapa biaya tersebut dapat menjadi pengurang pajak penghasilan sesuai ketentuan dari undang-undang PPh pasal 6 ayat 1, menyatakan biaya-biaya yang dikeluarkan sesuai peraturan tersebut berhak menjadi pengurang pajak penghasilan, salah satunya adanya biaya pengolahan limbah. Sehingga dapat disimpulkan dalam pelaksanaan CSR tidak seluruhnya merugikan pihak perusahaan, melainkan adanya beberapa aspek yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.

Khususnya pada kondisi keuangan perusahaan yang baik, seharusnya perusahaan lebih royal dalam segi pengeluaran, termasuk dalam pengeluaran terkait pada tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, yang mana hal ini didukung pada konsep teori stewardship, yaitu akar psikologi dan sosiologi yang didesain untuk menjelaskan situasi dimana manajer sebagai steward dan bertindak sesuai kepentingan pemilik (Raharjo, 2007). Terkait pada hal ini stewardship merupakan bentuk kepercayaan yang diberikan kepada manajemen untuk mengelola sumber daya perusahaan dengan sebaik mungkin, bukan hanya untuk kepentingan perusahaan melainkan juga untuk kepentingan stakeholdernya, sehingga dengan kondisi sumber daya yang tersedia, seharusnya perusahaan dapat lebih royal dalam melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka kepada para stakeholdernya.

Sedangkan menurut Figge *et al.* (2002) kebanyakan perusahaan memandang pelaksanaan atau pengungkapan CSR pada laporan tahunan dan laporan keberlanjutan sebagai sebuah beban yang berujung pada penurunan laba perusahaan. Namun menurutnya kinerja keuangan perusahaan (*Corporate*

Financial Performance) dapat meningkat jika CSR diterapkan secara konsisten dalam waktu jangka panjang. Sehingga atas hal ini timbul beberapa perdebatan apakah CSR akan meningkatkan CFP ataukah sebaliknya perusahaan dengan kinerja finansial yang baik kemudian akan melaksanakan CSR. Dalam menjelaskan hubungan antara CSR dan CFP ada dua teori yang mendasari berdasarkan manajemen literatur: (1) *slack resources theory*, dan (2) *good management theory* atau perspektif berbasis sumber daya dari keunggulan kompetitif (Miles & Covin., 2000). *Slack resources theory* menyatakan bahwa dengan sumber daya yang berlebih yang dimiliki perusahaan membuat mereka dapat mengalokasikannya pada kegiatan yang telah ditentukan. Fungsi sumber daya itu digambarkan sebagai kemungkinan keberhasilan perusahaan terhadap penyesuaian dari tekanan pihak internal dan perubahan yang alami dari pihak eksternal (Fauzi & Kamil, 2009). Kelonggaran perusahaan dicapai dari bentuk terpenuhinya sumber daya yang dibutuhkan sehingga perusahaan berhasil beradaptasi, didefinisikan pencapaian tujuan perusahaan tertentu menggunakan sumber daya yang seolah-olah tersedia secara cuma-cuma (sumber daya keuangan). Menurut Waddock & Samuel (1997) perusahaan akan cenderung lebih royal termasuk dalam melaksanakan tanggung jawab sosial mereka seperti berhubungan dengan pemegang saham, karyawan, dan terkait lingkungan, ketika dalam kondisi keuangan perusahaan yang baik atau sumber daya perusahaan yang berlebih dan tersedia. Kegiatan-kegiatan dalam konteks sosial itu dilakukan perusahaan dengan maksud untuk menjaga atau meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan baik itu dari citra perusahaan, reputasi perusahaan,

segmentasi perusahaan atau dalam segi penghematan biaya dalam jangka panjang (Miles & Covin, 2000; Miles & Gregory, 1997).

Sedangkan *good management theory* menyatakan kondisi keuangan perusahaan bukan menjadi standar dalam pemuasan pemangku kepentingan mereka karena itu merupakan sebuah bentuk kewajiban perusahaan. sehingga, citra dan reputasi perusahaan yang baik akan perusahaan terima. Berdasarkan perspektif berbasis sumber daya, atribut adalah salah satu komponen yang memberikan kontribusi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan, sehingga atribut dianggap sebagai salah satu aset perusahaan dalam komponen tidak berwujud (Barney, 1991). Umumnya, teori ini merupakan cara para manajer dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dengan memberikan dorongan mereka untuk terus mencari cara yang paling baik untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, Menurut Miles & Covin (2000), kinerja lingkungan adalah strategi alternatif untuk memuaskan para pemangku kepentingan dan menjadikannya sebagai bentuk keunggulan tersendiri untuk memperkuat persaingan bisnis.

Pada beberapa tahun terakhir munculnya beberapa pertanyaan, apakah dengan pelaksanaan CSR dapat menciptakan pengembalian keuangan yang baik, hal ini tetap masih menjadi kontroversi bagi perusahaan yang telah melaksanakan tanggung jawab sosial (Kurucz *et al.*, 2008). untuk menjawab hal tersebut Jiang & Qishen (2015) menyatakan “lebih dari tiga puluh tahun pada banyak penelitian, masih tidak dapat disimpulkan dengan jelas apakah perusahaan yang menginvestasikan CSR satu dolar dapat menghasilkan lebih atau kurang dari satu

dolar kinerja keuangan yang menguntungkan bagi pemegang saham”. Friedman (1970) menegaskan bahwa maksimalisasi keuntungan para pemegang saham perusahaan merupakan bagian misi penting dari para manajer. Dengan demikian jika mereka melakukan kegiatan CSR secara langsung, sumber daya perusahaan akan berkurang baik itu di alokasikan kepada masyarakat dalam bentuk sumbangan atau pihak berkepentingan lainnya, hal ini berarti pemegang saham akan dirugikan secara ekonomi dan mengurangi maksimalisasi keuntungan dari pemegang saham. Sementara pendapat ini ditepis oleh Freeman (1984) yang menyatakan bahwa kepentingan pemangku kepentingan merupakan sebuah keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan dalam bentuk CSR. hal ini disebabkan setelah perusahaan telah memenuhi tuntutan pemangku kepentingan, investasi dan penawaran sumber daya yang lebih besar akan perusahaan peroleh untuk kelancaran operasional perusahaan, sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat dan pertumbuhan keuangan akan terwujud.

Pada latar belakang ini, beberapa pengujian studi empiris sebelumnya yang menyelidiki hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kinerja keuangan perusahaan (CFP) banyak menimbulkan *pro* dan *kontra*. Beberapa literatur menunjukkan hubungan positif CSP-CFP, yaitu mendukung *good management theory* yang mana tujuan pihak manajemen melaksanakan CSP sebagai strategi untuk mengharapkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang (Waddock & samuel, 1997; Vismanathan, 2016; Jiang & Qishen, 2015). Sedangkan hasil penelitian lain mengungkapkan bahwa tidak ada hubungan antara CSP dan CFP (Wibisono *et al.*, 2014; Fauzi, 2014; Aras *et al.*, 2009).

Sementara itu, beberapa penelitian menunjukkan hubungan sebaliknya, yaitu kinerja keuangan lah yang justru berpengaruh terhadap kinerja sosial namun juga masih banyak menunjukkan keanekaragaman hasil. Misalnya, penelitian yang dilakukan Waddock & Samuel (1997) berhasil menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya. Viswanathan (2016) juga menemukan bahwa semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka perusahaan akan semakin luas dalam melakukan kegiatan CSR dan penelitian Santoso & Yie (2014) menunjukkan bahwa CFP berpengaruh positif terhadap kegiatan CSR. Akan tetapi, menurut penelitian Aras *et al.* (2009) menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang baik tidak dapat meningkatkan CSP, karena menurutnya topik CSR masih sangat luas dan topik penelitian masih cukup aktif, sejalan dari penelitian Yang *et al.* (2010) bahwa CFP tidak berpengaruh terhadap CSP, Sedangkan hasil berbeda di dapat dari penelitian Hirigoyen & Thierry (2015) menunjukkan bahwa CFP berpengaruh negatif terhadap CSP, sesuai dengan konsep *Managerial Opportunism Hypothesis* menyatakan manajemen akan cenderung mengejar kepentingan pribadi mereka dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, pentingnya penelitian ini untuk melihat pada Industri *Mining, Oil* dan *Gas* di Indonesia pada tahun 2014 hingga 2017, perusahaan tersebut melakukan CSR untuk meningkatkan CFP atau sebaliknya dengan kondisi CFP yang baik baru kemudian melaksanakan CSR. Pembaruan penelitian ini dari sebelumnya yaitu belum ditemukannya penelitian

yang menggunakan data tahun ini untuk melihat efek terhadap data kinerja tahun berikutnya yang mana digunakan dalam penelitian ini.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang penelitian diatas dapat diidentifikasi masalah, sebagai berikut:

Di sisi perusahaan, walau pelaksanaan ataupun pengungkapan CSR sendiri bersifat *mandatory*, namun ada beberapa perusahaan yang merasa terbebani untuk menerapkan CSR, dan terkadang pelaksanaannya tidak konsisten setiap tahunnya. Kemudian dari segi luas pengungkapan pada CSR masih bersifat *voluntary* dalam arti perusahaan melakukan pengungkapan hanya sekedar pemenuhan regulasi pemerintah dan kekonsistensian luas pengungkapan setiap tahunnya masih diragukan. Lalu masih menjadi kekhawatiran oleh banyak perusahaan baik itu melaksanakan dan melakukan pengungkapan CSR, karena perusahaan merasa bahwa program CSR merupakan hal yang sia-sia, dan justru akan menambah pengeluaran perusahaan karena pada kenyataannya banyak program-program CSR yang tidak berhasil. Meskipun usaha yang dilakukan untuk menerapkan program tersebut sudah seoptimal mungkin, tetapi hasil yang diperoleh tidak sesuai yang diharapkan.

Sesuai dengan konsep *Managerial Opportunism Hypothesis* bahwa manajemen cenderung mengejar kepentingan mereka sendiri dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Ketika kinerja keuangan bagus, manajer tidak akan mengeluarkan lebih banyak terkait investasi sosial yang mana untuk memaksimalkan keuntungan pribadi jangka pendek mereka. Sebaliknya, ketika kinerja keuangan menurun, mereka

mungkin mencoba untuk mengalokasikan hasil tersebut dalam program sosial yang cukup tinggi.

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dibuat agar mempertajam pembahasan dalam penelitian ini sehingga mampu menjawab kesenjangan yang dibahas pada latar belakang.

1. Pembatasan pada penelitian ini hanya mengambil populasi pada perusahaan *mining, oil* dan *gas* yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan pada tahun 2014-2017. Perusahaan dalam kategori ini termasuk dalam kategori perusahaan yang memiliki potensi besar berpengaruh negatif terhadap lingkungan beroperasi. Perusahaan tersebut seharusnya memiliki tanggung jawab yang besar di dalam aktivitas CSR dan pengungkapan yang diharuskan kepada pemangku kepentingan.
2. Pengukuran CSR diukur menggunakan pengungkapan pada GRI-G4, sehingga data yang diperoleh sebagai data observasi perusahaan yang mengungkapkan informasi di dalam laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*), sebab laporan keberlanjutan berisi informasi yang lebih kompleks dalam membahas keberlanjutan perusahaan dan untuk meminimalisir adanya subjektivitas, karena bukan *coder* yang menentukan di kategori apa, tetapi perusahaan di dalam laporan keberlanjutan sudah menentukan kategori-kategorinya, yaitu pada *indeks* di laporan keberlanjutan.
3. Kinerja keuangan perusahaan diukur menggunakan tiga variabel akuntansi, yaitu *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)* dan *Return on Sales*

(ROS). alasan di pilihnya ROE yaitu sebagai bukti pertanggungjawaban terhadap kepemilikan investor, ROS yaitu untuk mencerminkan tingkat pengembalian terhadap kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan ROA yaitu untuk melihat bagaimana kinerja atas pengelolaan manajemen atas kepercayaan yang diberikan *shareholder*.

1.4. Perumusan Masalah

Dari pembahasan tersebut, maka rumusan penelitian ini:

1. Apakah CSR mempengaruhi CFP ?
2. Apakah CFP mempengaruhi CSR ?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk memberikan bukti empiris CSR mempengaruhi CFP.
2. Untuk memberikan bukti empiris CFP mempengaruhi CSR.

1.5.2. Manfaat Penelitian

1.5.2.1. Manfaat bagi Pengembangan Ilmu Akuntansi Manajemen

1. Penelitian ini ingin melihat apakah *Good Management Theory* dan *Slack Resources Theory* yang lebih tepat pada industri *Oil, Mining* dan *Gas*
2. Penelitian ini menambah referensi penelitian yang menggunakan GRI-G4 karena penggunaan GRI-G4 masih sangat terbatas. Penelitian ini menggunakan GRI-G4 sebagai standar pengukuran CSR.

1.5.2.2. Manfaat bagi Praktik Akuntansi Manajemen

1. Penelitian ini membantu untuk memberikan masukan kepada para praktisi bahwa CSR tidak dapat selalu dipandang sebagai biaya perusahaan melainkan dengan CSR dapat di jadikan strategi dalam persaingan perusahaan untuk

mendapatkan keuntungan di masa mendatang, ditambah jika perusahaan dalam keadaan lebih baik dari segi keuangan, manajemen dapat mempertimbangan untuk menambah investasi pada CSR karena keuntungan akan lebih banyak diterima dari berbagai pihak pemangku kepentingan.

2. Memotivasi perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR kepada pemangku kepentingan karena memiliki dampak yang positif bagi perusahaan.
3. Meningkatnya kesadaran pengungkapan CSR kepada pemangku kepentingan, diharapkan pengambil keputusan dapat lebih tegas dalam memantau aktivitas CSR dan pengungkapannya kepada pihak terkait. Walaupun saat ini pengungkapan CSR sudah merupakan hal yang wajib (*mandatory*) namun luasnya pengungkapan masih bersifat sukarela (*voluntary*).

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. *Grand Theory*

2.1.1. *Stakeholder Theory*

Stakeholder theory menjelaskan bahwa sebuah perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada *shareholder* tapi juga bertanggung jawab kepada *stakeholder* lainnya. Hal ini terjadi karena *stakeholder* lainnya dapat merasakan adanya aktivitas perusahaan yang menghasilkan laba (Hadi, 2011). Sebuah perusahaan selain harus menjaga kepentingan *shareholder*, namun juga harus menjaga kepentingan *stakeholder* lainnya, yang meliputi masyarakat, karyawan, publik, *supplier* dan lingkungannya.

Menurut Freeman (1984) *stakeholder* merupakan kelompok atau individu yang bisa mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan. Kemudian dikembangkan kembali oleh Freeman (2004) menjadi :

1. Adanya kelompok yang dianggap vital sehingga sudah tidak lagi mengarah pada individu, tetapi mengarah pada kelompok, yang meliputi: serikat buruh, masyarakat, kelompok sosial, pemerintah.
2. Tujuan perusahaan ada yang terpengaruh atau dipengaruhi dengan kelompok tersebut.

Penjelasan di atas merupakan penegasan kepada manajemen, agar kepentingan semua kelompok dalam perusahaan dapat diperhatikan oleh manajemen karena tindakan perusahaan dapat memberikan pengaruh bagi pihak

lain. Dalam sebuah perusahaan, seorang manajemen puncak harus bisa menyesuaikan tujuan perusahaan terhadap kepentingan, kebutuhan serta pandangan dari masing-masing pemangku kepentingan untuk keberlanjutannya (Longoni & Raffaella, 2015)

Pada penelitian ini yang membahas tentang isu keberlanjutan selaras dengan *stakeholder theory* yang menyampaikan bahwa perusahaan bertanggung jawab:

1. Memperhatikan masyarakat lokal dan global.
2. Menilai pemasok yang memperhatikan lingkungan.
3. Mengatur transportasi supaya dapat mengurangi dampak negatif karbon.
4. Memenuhi harapan pemangku kepentingan untuk meningkatkan laba jangka panjang.
5. Memperhatikan generasi masa depan sehingga dapat merasakan lingkungan serta memakai sumber daya alam yang saat ini digunakan.
6. Menjamin Hak Asasi Manusia (HAM).
7. Berusaha memenuhi segala kepentingan *shareholder*.

2.1.2. Legitimacy Theory

Legitimasi adalah suatu keadaan dimana individu ataupun sekelompok orang yang sangat sensitif dengan hal yang terjadi di lingkungan sekelilingnya baik itu fisik maupun non fisik. O'Donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi dipandang sebagai suatu hal yang masyarakat berikan ke perusahaan maupun suatu hal yang perusahaan harapkan dari masyarakat. Oleh sebab itu, legitimasi adalah sumber daya potensial yang dimiliki entitas untuk tetap hidup

(*going concern*) yang disebabkan karena entitas dan masyarakat memiliki hubungan timbal balik.

Legitimasi juga dapat diartikan sebagai suatu pandangan atau persepsi atas hal yg dilakukan perusahaan telah mengikuti aturan, nilai, dan kepercayaan yang dibangun secara sosial (Tilling, 2004). Kemampuan manajer suatu entitas yang memilih untuk menjaga agar legitimasinya tetap tinggi merupakan hal utama dalam teori legitimasi (Deegan, 2002a).

Berkembangnya masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan menyebabkan legitimasi mengalami pergeseran. Nilai dan norma sosial yang berubah dalam masyarakat merupakan konsekuensi peradaban manusia, dan menjadi motivator maupun pergeseran legitimasi.

Menurut Lindblom (1994) *Legitimacy gap* merupakan pergeseran legitimasi yang sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan. Legitimasi ini bersifat dinamis sehingga walaupun tidak ada tindakan dari perusahaan, pergeseran tetap akan terjadi. Perusahaan wajib mengikuti perubahan tersebut melalui produk, metode serta tujuan yang dijalankan. Jika penyesuaian tidak dilaksanakan pada *legitimacy gap*, maka akan menyebabkan terjadinya konflik.

Dengan demikian, *Legitimacy gap* juga dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara hal yang diharapkan dari *stakeholder* terhadap aktivitas aktual yang di lakukan entitas dalam masyarakat. Maka dari itu, entitas berusaha untuk memperkecil *legitimacy gap* namun adanya tantangan kondisi eksternal yang tidak bisa dikendalikan.

Deegan (2002b) mengungkapkan bahwa legitimasi dapat diperoleh jika ada kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai dengan keberadaan nilai dalam lingkungan serta masyarakat. Saat adanya pergeseran yang mendekati ketidaksesuaian, maka legitimasi perusahaan akan terancam. Maka dari itu, perusahaan harus melakukan hal yang diterima di lingkungan sebagai bentuk legitimasinya. *Legitimacy gap* dapat disesuaikan dengan melakukan CSR yang berorientasi pada keberlanjutan (pencapaian kinerja dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan). Agar dapat diterima oleh pemangku kepentingan, maka perlu adanya pengungkapan atas informasi tersebut.

Teori legitimasi merupakan dasar pengungkapan informasi keberlanjutan kepada para pemangku kepentingan telah diungkap dalam berbagai penelitian (Brown & Craig, 1998; Deegan & Ben, 1996; Guthrie & Lee, 1990; O'Donovan, 2002; Wilmshurst & Geoffrey, 2000). Sebagai contoh : Guthrie & Lee (1990) menerapkan teori legitimasi pada perusahaan di Australia pada tahun 1970 saat tingkat pengungkapan CSR meningkat tajam akibat adanya peningkatan pada industri tambang migas di negara tersebut sehingga desakan dari para pemangku kepentingan atas informasi lingkungan cenderung meningkat. Hasil penelitian mendukung bahwa teori legitimasi sebagai dasar dalam pengungkapan CSR. Deegan (2002a) menjelaskan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan hanya bertujuan untuk memenuhi kepentingan legitimasi. Walaupun ada peraturan tentang pengungkapan CSR, akan tetapi luasnya pengungkapan masih bersifat *voluntary* sehingga pengungkapan CSR hanya bertujuan untuk melengkapi kewajiban saja (Carrol, 1991). Studi lain yang dilakukan O'Donovan (2002)

menjelaskan bahwa manajer perusahaan di Australia mengungkap CSR hanya untuk memenuhi legitimasi yang merupakan norma yang dianut oleh beberapa pemangku kepentingan.

Sebaiknya perusahaan melakukan pemenuhan legitimasi ataupun menghilangkan *legitimacy gap*, berdasarkan pada kesadaran adanya keseimbangan. Manusia dan komunitas harus mempunyai keselarasan dan saling menguntungkan. Entitas harus senantiasa dalam melakukan antisipasi perubahan lingkungan yang terjadi agar dapat mempertahankan legitimasinya.

Keterkaitan legitimasi lebih dekat dengan konsep CSR yang digunakan pada salah satu variabel dalam penelitian ini, CSR merupakan salah satu aplikasi dari legitimasi perusahaan terhadap kepentingan perusahaan diantara masyarakat dan lingkungan. Pada pembahasan sebelumnya, membahas bahwa eksistensi sebuah perusahaan tidak terlepas dari masyarakat sekitar ataupun lingkungan, maka dari itu harus ada timbal balik untuk mencegah terjadinya *legitimacy gap*.

2.2. Middle Range Theory

2.2.1. Signaling Theory

Teori sinyal (*signaling theory*) merupakan salah satu teori pilar dalam memahami manajemen keuangan. Secara umum, sinyal diartikan sebagai isyarat yang dilakukan oleh perusahaan (manajer) kepada pihak luar (investor). Sinyal tersebut dapat berwujud berbagai bentuk, baik yang secara langsung dapat diamati maupun yang harus dilakukan penelaahan lebih mendalam untuk dapat mengetahuinya. Apapun bentuk atau jenis dari sinyal yang dikeluarkan, semuanya dimaksudkan untuk menyiratkan sesuatu dengan harapan pasar atau pihak

eksternal akan melakukan perubahan penilaian atas perusahaan. Artinya, sinyal yang dipilih harus mengandung kekuatan informasi (information content) untuk dapat merubah penilaian pihak eksternal perusahaan (Gumanti, 2009).

Secara umum, teori sinyal berkaitan dengan pemahaman tentang bagaimana suatu sinyal sangat bernilai atau bermanfaat sementara sinyal yang lain tidak berguna. Teori sinyal mencermati bagaimana sinyal berkaitan dengan kualitas yang dicerminkan di dalamnya dan elemen-elemen apa saja dari sinyal atau komunitas sekitarnya yang membuat sinyal tersebut tetap meyakinkan dan menarik. Selain itu, teori ini juga mencermati apa yang akan terjadi manakala sinyal yang diisyaratkan tidak sepenuhnya meyakinkan atau seberapa besar yang ketidakyakinkan yang dapat ditoleransi sebelum sinyal tersebut menjadi tidak bermakna sama sekali (Gumanti, 2009).

Sehingga dekat dengan penelitian ini khususnya terkait pada CSR, pengungkapan CSR pada laporan keberlanjutan diharapkan mampu dijadikan sinyal oleh perusahaan ketika menarik simpatik investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Investor akan bereaksi positif apabila melihat perusahaan mengimplementasikan CSR. hal inilah dapat memotivasi perusahaan mencoba memberikan sinyal positif ketika mengungkapkan CSR. kemudian dengan pelaksanaan aktivitas pengungkapan CSR dapat memberikan sinyal bahwa perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik, dengan dibuktikan memiliki kemampuan dalam pelaksanaan CSR, sehingga memberikan ketertarikan kepada calon investor.

2.2.2. *Stewardship Theory*

Teori Stewardship mempunyai akar psikologi dan sosiologi yang didesain untuk menjelaskan situasi dimana manajer sebagai steward dan bertindak sesuai kepentingan pemilik (Raharjo, 2007). Dalam teori stewardship manajer akan berperilaku sesuai kepentingan bersama. Ketika kepentingan steward dan pemilik tidak sama, steward akan berusaha bekerja sama daripada menentangnya, karena steward merasa kepentingan bersama dan berperilaku sesuai dengan perilaku pemilik merupakan pertimbangan yang rasional karena steward lebih melihat pada usaha untuk mencapai tujuan organisasi.

Teori stewardship mengasumsikan hubungan yang kiat antara kesuksesan organisasi dengan kepuasan pemilik. Steward akan melindungi dan memaksimalkan kekayaan organisasi dengan kinerja perusahaan, sehingga dengan demikian fungsi utilitas akan maksimal. Asumsi penting dari stewardship adalah manajer meluruskan tujuan sesuai dengan tujuan pemilik. Namun demikian tidak berarti steward tidak mempunyai kebutuhan hidup (Raharjo, 2007).

Pendekatan teori sangat dekat dengan variabel dari penelitian ini yaitu, stewardship terkait pada kepercayaan. Manajemen merupakan pihak yang dipercaya dapat mengelola sumber daya perusahaan dengan sebaik-baiknya bukan hanya bagi kepentingan perusahaan tetapi juga bagi kepentingan stakeholder. Pengelolaan sumber daya sebuah perusahaan bisa berdampak fundamental bagi kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula tanggung jawab perusahaan dalam

mengelola sumber daya tersebut. Dengan kata lain, semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan maka hendaknya diiringi juga dengan lebih aktif dalam pelaksanaan aktivitas CSR.

2.3. *Applied Theory*

2.3.1. *Slack Resource Theory*

Menurut Waddock & Samuel (1997) Para ahli *slack resource theory* mengatakan bahwa kinerja keuangan yang lebih baik akan berpeluang menghasilkan ketersediaan (keuangan dan lainnya) sumber daya yang dapat memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk berinvestasi dalam ranah kinerja sosial, yang meliputi hubungan masyarakat, hubungan karyawan, serta lingkungan (contohnya, filantropi IBM ataupun *Digital Equipment Corporation program* selama masa baik sebelumnya). Apabila tersedianya *slack resource*, maka akan menghasilkan kinerja sosial yang lebih baik dari alokasi sumber daya ini ke dalam domain sosial, oleh sebab itu, kinerja keuangan yang lebih baik dapat sebagai prediktor CSP yang lebih baik.

Pemikiran secara garis besar beranggapan jika kinerja keuangan yang tinggi atau perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik mempunyai lebih banyak sumber keuangan, maka mereka bisa mengeluarkan dana CSP lebih banyak dan dapat memperoleh standar yang lebih tinggi (Waddock & Samuel, 1997). Margolish *et al* (2007) berpendapat jika perusahaan memiliki CFP yang baik lebih memungkinkan untuk terlibat dalam CSP (Allouche & Patrice, 2005; Orlitzky *et al.*, 2003).

Pembahasan *slack resources theory* dekat dengan penelitian ini menjelaskan jika semakin banyak sumber daya (keuangan) perusahaan yang tersedia, maka kemungkinan besar perusahaan akan melakukan kewajiban sosial mereka, disamping itu motivasi perusahaan juga ingin meningkatkan reputasi perusahaan yang bisa dilirik oleh para pemangku kepentingan dengan beranggapan pelanggan CSR perusahaan mempunyai kondisi keuangan yang mumpuni, harapan dari pemangku kepentingan terutama masyarakat agar pihak perusahaan dapat menambah investasi mereka dalam segi sosial kepada mereka, pemikiran perusahaan dapat beranggapan hal yang dilakukan dengan baik akan mendapatkan sesuatu yang baik juga, seperti adanya investor yang melirik untuk menanamkan modal kedalam perusahaan dan rasa bersalah dari pihak perusahaan akibat operasional mereka berjalan, berdampak pada kelangsungan hidup para masyarakat luas.

2.3.2. *Good Management Theory*

Waddock & Samuel (1997) menggunakan *good management theory* untuk menjelaskan hubungan CSP-CFP, merupakan pembahasan lebih lanjut dari teori *stakeholder* (Donaldson & Lee, 1995). Dalam *good management theory*, perusahaan harus berupaya memuaskan para pemangku kepentingan tanpa bergantung pada kondisi keuangannya. Dengan demikian, perusahaan dapat menghasilkan citra dan reputasi yang baik. Melalui sudut pandang berbasis sumber daya, atribut merupakan salah satu aset perusahaan dalam bagian tidak berwujud yang merupakan bagian yang berkontribusi kepada keunggulan kompetitif perusahaan (Barney, 1991).

Pada umumnya, *good management theory* memaksa para manajer perusahaan untuk terus berusaha melakukan cara yang terbaik agar dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, dan berakhir pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Menurut Miles & Covin (2000), kinerja lingkungan merupakan cara alternatif guna memuaskan para pemangku kepentingan serta hal yang dapat diunggulkan untuk memperkuat daya saing.

Para pendukung *good management theory* juga mengungkapkan jika praktik manajemen yang baik mempunyai keterkaitan yang besar terhadap CSP karena dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingannya, sehingga nantinya akan berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Donaldson & Lee, 1995; Freeman, 1984) dan keunggulan persaingan (Waddock & Samuel, 1997). *good management theory* telah menerima beberapa dukungan empiris (Waddock & Samuel, 1997).

Waddock & Samuel (1997), ahli *good management theory* mengungkapkan bahwa praktek manajemen yang baik dengan CSP memiliki hubungan yang tinggi, karena CSP dapat meningkatkan hubungan dengan para pemangku kepentingan utama (Freeman, 1984), dan pada akhirnya menciptakan CFP yang lebih baik (Fauzi & Kamil, 2009). CSP sebagai sumber daya khusus harus diperlakukan dengan cara yang lain, seperti cara mengendalikan operasional perusahaan yang secara substantif menghasilkan manfaat ataupun memperkecil biaya, keduanya dapat meningkatkan kinerja keuangan (Margolish *et al*, 2007), contohnya memperkecil biaya dengan memperkecil kemungkinan pelanggaran peraturan, ataupun perlakuan legislatif (Freeman, 1984; Berman *et al*, 1999).

Namun terdapat juga teori lain yang mengemukakan bahwa daya tarik CSP bukan dampak yang substantif, untuk memperoleh laba finansial. Model kedua menunjukkan jika perusahaan melakukan kebaikan (atau saat para pemangku kepentingan utama beranggapan bahwa perusahaan berbuat baik), maka akan menghasilkan permintaan serta komitmen terhadap persediaan, pekerjaan, ataupun produk perusahaan (Margolish *et al*, 2007). Kemudian dengan mengelola klaim dari pemangku kepentingan perusahaan, efisiensi dapat meningkat karena adaptasi organisasi terhadap tuntutan eksternal (Freeman & William, 1990). Sebuah perusahaan dapat lebih sukses jika meningkatkan hubungan dengan pelanggan, karyawan, masyarakat serta pemerintah (Etxeberria *et al*, 1998). Ribstein (2005), beranggapan bahwa CSR dapat menghasilkan keuangan yang lebih besar didasari pada peningkatan proses strategi, serta kesetiaan karyawan, pelanggan dan masyarakat. Pandangan perusahaan "etis" dapat menyebabkan peningkatan reputasi perusahaan (Peloza, 2006; Turban & Daniel, 1997), maupun menarik sumber keuangan dari investor yang responsif secara sosial (Etxeberria *et al*, 1998).

Logis jika keterkaitan *good management theory* dengan variabel penelitian ini sangat erat, bahwa perusahaan tidak melihat dari segi keuangan perusahaan dalam melakukan kegiatan sosial, karena perusahaan berpendapat dengan melakukan kegiatan sosial tersebut akan meningkatkan citra dan reputasi perusahaan yang baik, yang mana jika dilaksanakan dengan baik akan mendatangkan keuntungan secara finansial, seperti dengan CSR menjadi sebuah strategi untuk menarik simpatik dari para pemangku kepentingan, menurunkan

biaya dari pemerintah terkait dengan pelanggaran, kemudian semangat kerja dan produktifitas para karyawan meningkat yang berujung kepada kualitas produk yang dihasilkan, menjaga hubungan baik dengan para pemasok dan menjaga loyalitas para konsumen perusahaan.

2.4. Definisi Konseptual Variabel

2.4.1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.4.1.1. Definisi *Corporate Social Responsibility*

McWilliams & Donald (2000) mendefinisikan “CSR Sebuah tindakan yang dapat memberikan efek baik terhadap para pihak berkepentingan, terutama bagi masyarakat dimasa yang akan datang sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Sesuai pemaparan diatas menyatakan CSR bukan sekedar hanya untuk memenuhi peraturan yang berlaku, namun hal lainnya yaitu dapat memberikan manfaat bagi para masyarakat. Hal ini berbanding lurus dengan etika utilitarisme yang menyatakan bahwa suatu tindakan yang baik adalah hal yang memberikan manfaat bagi banyak orang, sehingga dapat ditarik sebuah pernyataan bahwa sebuah etika menjadi dasar dari pelaksanaan etik itu sendiri.

Menurut ISO 26000: 2010 *social responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab organisasi atas aktivitas serta dampak dari pengambilan sebuah keputusan terkait pada masyarakat dan lingkungan secara transparan dan berperilaku etik. Dari pemaparan ini, timbul lah empat aspek yang harus diperhatikan :

1. Bukan hanya sebuah perusahaan yang harus bertanggung jawab sosial melainkan semua bentuk organisasi yang merasa termotivasi dengan standar ISO 26000 perlu melaksanakan tanggung jawab sosial mereka.
2. Sebelum keputusan dari sebuah organisasi diambil, seharusnya dipertimbangkan dampak apa yang akan ditimbulkan dari keputusan tersebut, selanjutnya organisasi harus merencanakan tindakan apa yang perlu dilakukan untuk menanggulangi dampaknya. Seluruh aktivitas yang dijalankan organisasi perlu dipandu oleh keputusan mereka. Aktivitas organisasi mengarah pada rantai nilai yang disebut SIPOC (*Supplier, Input, Process, Output and Consumer*).
3. ISO 26000:2010 menyatakan dampak dari pengambilan keputusan, melingkupi masyarakat, ekonomi dan lingkungan, sebagai contoh pertimbangan keputusan yang diambil terkait membeli pada pemasok lokal ataupun pemasok luar negeri, perusahaan selain mempertimbangkan harga namun juga perlu mempertimbangkan efek *carbon footprint* yang ada.
4. Suatu organisasi harus bertanggung jawab dengan transparan dan sesuai etika, artinya semua keputusan ataupun tindakan yang diambil harus dijelaskan secara transparan.

Pengukuran CSR memiliki banyak ukuran, namun dalam penelitian ini menggunakan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) Versi 4 (G4), GRI adalah salah satu organisasi internasional yang berpusat pada Amsterdam, Belanda. Tujuan utamanya yaitu pencapaian transparansi dan pelaporan suatu perusahaan, melalui pengembangan standar dan pedoman pengungkapan keberlanjutan.

GRI didirikan pada tahun 1997, GRI sendiri telah mengalami beberapa revolusi, yang mana versi pertama (G1) diterbitkan pada tahun 2000, kemudian pada tahun 2002 dikembangkan menjadi GRI versi 2 (G2), lalu dilanjutkan pada versi 3 (G3) yang diluncurkan pada tahun 2006 dan mengalami pembaruan dari sebelumnya yaitu versi 3.1. (G3.1) pada tahun 2011 dan versi terbaru yaitu GRI-G4 diterbitkan pada bulan Mei, 2013.

Pada standar GRI-G4 terdiri dari tiga kategori, kategori pertama yaitu kategori ekonomi terdiri dari 4 aspek dengan 9 indikator, kemudian kategori kedua yaitu kategori sosial terdiri dari 20 aspek dengan 48 indikator dan kategori ketiga yaitu kategori lingkungan terdiri dari 12 aspek dengan 34 indikator, sehingga total keseluruhan GRI-G4 memiliki 91 indikator pengungkapan.

2.4.1.2. Laporan Keberlanjutan

Menurut Petera & Jaroslav (2015) dalam penyusunan laporan keberlanjutan atau yang dikenal *sustainability report* (SR) dengan konsep *sustainable development* dan laporan keuangan setiap tahun, disusun berdasarkan asas sukarela. Laporan tersebut menjelaskan dampak perusahaan pada tiga aspek, yaitu dampak perusahaan terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan. Panduan dalam penyusunan *sustainability report* umumnya mengacu pada standar *Global Reporting Initiative* (GRI).

GRI adalah salah satu organisasi internasional yang berpusat pada Amsterdam, Belanda. Tujuan utamanya yaitu pencapaian transparansi dan

pelaporan suatu perusahaan, melalui pengembangan standar dan pedoman pengungkapan keberlanjutan.

GRI didirikan pada tahun 1997, GRI sendiri telah mengalami beberapa revolusi, yang mana versi pertama (G1) di terbitkan pada tahun 2000, kemudian pada tahun 2002 dikembangkan menjadi GRI versi 2 (G2), lalu dilanjutkan pada versi 3 (G3) yang diluncurkan pada tahun 2006 dan mengalami pembaruan dari sebelumnya yaitu versi 3.1. (G3.1) pada tahun 2011 dan versi terbaru yaitu GRI-G4 diterbitkan pada bulan Mei, 2013.

Menurut *The Global Reporting Initiative, sustainability report* yaitu praktik pengukuran, pengungkapan dan akuntabilitas kepada pemangku kepentingan internal maupun eksternal terkait kinerja perusahaan pada tujuan pembangun keberlanjutan. Laporan ini memberikan gambaran terkait ekonomi, lingkungan dan sosial disertai kelengkapan dalam strategi untuk mengurangi resiko perusahaan dan memaksimalkan secara keseluruhan aspek keberlanjutan.

Sustainability report semestinya menggambarkan kinerja perusahaan dengan sesuai dan wajar, termasuk dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan. Pengungkapan pada laporan ini bukan hanya dalam bentuk cerita atau daftar aktivitas yang telah dilakukan perusahaan, melainkan juga komitmen perusahaan dimasa mendatang (strategi jangka panjang). Komitmen dari perusahaan dapat dilihat pada catatan rapat dewan direksi ataupun rumusan strategi perusahaan.

2.4.2. *Corporate Financial Performace (CFP)*

2.4.2.1. Definisi *Corporate Financial Performace (CFP)*

Corporate Financial Performance (CFP) atau kinerja finansial perusahaan merupakan salah satu ukuran yang dipakai perusahaan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Salah satu ukuran kinerja keuangan yaitu laporan keuangan yang diterbitkan secara periodik, dikarenakan laporan keuangan dapat memberikan sebuah gambaran terkait posisi keuangan perusahaan, lebih lanjutnya dijelaskan pada pembahasan selanjutnya (Bahri & Febby, 2016).

2.4.2.2. Ukuran *Corporate Financial Performace*

Pengukuran kinerja perusahaan adalah suatu pertimbangan dalam pengambilan keputusan dari pihak entitas apakah kinerja perusahaan dalam kondisi yang baik atau tidak dalam pencapaian tujuan dan strategi perusahaan (Lindrawati *et al.*, 2008). Sedangkan menurut Santoso & Yie (2014) pengukuran kinerja adalah bentuk tanggung jawab entitas kepada *shareholder*. Kaitan pada CSR, beberapa studi memberikan fokus pada pengukuran kinerja keuangan perusahaan.

Pada umumnya, ukuran kinerja keuangan memiliki dua jenis, yaitu : (Aras *et al.*, 2009 ; Orlitzky *et al.*, 2003)

1. Pengukuran kinerja keuangan berbasis akuntansi

Pengukuran jenis itu menggunakan data laporan keuangan perusahaan sehingga sifatnya historikal, laporan keuangan yang diterbitkan secara periodik dianggap dapat memberikan informasi terkait posisi keuangan perusahaan.

informasi dalam laporan keuangan pada umumnya dipakai *shareholder* untuk mendapatkan gambaran mengenai laba perusahaan sehingga dapat menjadi ukuran *shareholder* untuk memprediksi deviden yang diperoleh dimasa mendatang dan resiko terkait (Bahri & Febby, 2016).

Shareholder membutuhkan informasi keuangan perusahaan berupa informasi kuantitatif maupun kualitatif baik itu berasal dari pihak internal perusahaan maupun dari pihak eksternal perusahaan. Informasi internal yaitu data penjualan, pendapatan, laba perusahaan, pendapatan operasional, aktiva dan lain-lain sedangkan informasi keuangan eksternal yang dimaksud yaitu informasi yang diperoleh dari konsultan keuangan perusahaan yang dipublikasi. Diluar dari itu *shareholder* juga memperhatikan informasi non keuangan sebagai dasar dalam pengukuran, seperti kepuasan pelanggan dan pelayanan perusahaan (Bahri & Febby, 2016). Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) aspek dalam mengukur dampak ekonomi dari operasi perusahaan salah satunya dengan kinerja ekonomis yang secara langsung di salurkan oleh entitas kepada para stakeholder. Nilai ekonomi yang dimaksud melingkupi penjualan, laba ditahan, pembayaran bunga kepada kreditur dan pembayaran pajak kepada pemerintah. Oleh sebab itu, kinerja keuangan dianggap penting dalam sebuah perusahaan. Selain itu untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan juga dapat menggunakan rasio keuangan.

Rasio keuangan merupakan alat analisis keuangan yang paling sering dipakai. Rasio keuangan mengintegrasikan berbagai kemungkinan yang ada pada laporan keuangan sehingga kondisi keuangan dan hasil operasi suatu

perusahaan dapat di interpretasikan (Sucipto, 2003). Dengan rasio keuangan dapat mendeteksi apakah sebuah entitas melakukan sebuah kecurangan atau tidak, yaitu dengan membandingkan data dengan tahun sebelumnya. Beberapa jenis rasio keuangan yang biasanya digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan, menurut Bahri & Febby (2016) rasio keuangan yang umumnya dipakai, yaitu Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*), Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*), Rasio Solvabilitas (*Leverage Financial*), Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*), dan Rasio Nilai Pasar (*Market Value Ratio*). Tujuan rasio keuangan dibentuk yaitu salah satunya untuk mengevaluasi dan menganalisis laporan keuangan, yang berisi posisi perusahaan pada satu titik dan operasi perusahaan pada masa lalu. Analisis laporan keuangan memberikan gambaran untuk masa depan bila menurut pandangan investor, sedangkan jika menurut manajemen merupakan suatu bentuk antisipasi pada kondisi masa mendatang dan menjadikan perencanaan awal terkait tindakan yang akan mempengaruhi jalannya kejadian mendatang. Jika tekanan pihak *stakeholder* sangat kuat dan mempengaruhi keberlanjutan dan kinerja perusahaan, maka perusahaan harus dapat menyusun sebuah kebijakan terkait program kebijakan sosial dan lingkungan yang terarah dan terintegrasi.

2. Pengukuran kinerja keuangan berbasis pasar, seperti harga per saham atau harga saham apresiasi. Menurut Aras *et al.* (2009) metode kedua ini dianggap lebih dapat memberikan hasil yang lebih independen dibandingkan metode pertama.

2.5. Kaitan antar Variabel

2.5.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Corporate Financial Performance* (CFP)

Menurut Wibisono *et al.* (2014) CSP tidak berpengaruh terhadap CFP hal ini mungkin perusahaan di Indonesia masih banyak menggunakan laporan tahunan untuk melaporkan isu keberlanjutan kepada stakeholder mereka, dan akuntansi tentang tanggung jawab sosial masih belum cukup populer di kalangan perusahaan Indonesia, hasil ini berbanding terbalik dengan penelitian dari Waddock & Samuel (1997) bahwa CSP berpengaruh secara positif terhadap CFP, hasil ini mendukung *Good Management Theory*, yang diungkapkan dalam sebuah frasa yaitu “*do well by doing good*”, diartikan perusahaan yang memberikan kinerja yang baik pada ranah sosial, akan memberikan dampak kepada praktik manajemen yang baik, salah satunya dalam performa kinerja keuangan.

Sedangkan hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Fauzi (2014) yang mana hasil menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap CFP yang didasari *slack resource theory* dan *good management theory*, karena aspek lingkungan yaitu CSR diperlakukan sebagai *single* variabel, berbeda dari hasil yang diperoleh dari penelitian Viswanathan (2016) yang mana hasilnya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh secara positif terhadap CFP, menyatakan bahwa kinerja keuangan lebih baik pada perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial, dari pada kinerja keuangan perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial. Sejalan dari penelitian Maharani & Muchamad (2015) yang mana hasilnya menunjukkan bahwa CSP berpengaruh signifikan terhadap

kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian membuktikan *good management theory* yang menyatakan bahwa kinerja sosial yang lebih baik kemudian akan meningkatkan reputasi perusahaan dan loyalitas para stakeholder, sehingga memancing keinginan para stakeholder untuk lebih banyak berinvestasi. Sebaliknya kinerja keuangan perusahaan akan negatif jika perusahaan mengecewakan kelompok stakeholder.

Berbeda dari hasil yang diperoleh dari Aras *et al.* (2009) hasil menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap CFP, beliau berargumen bahwa CSR sendiri merupakan topik yang sangat luas dan dianggap penelitian yang masih aktif hingga saat ini sehingga bukan tugas yang mudah secara konsisten untuk mengevaluasinya. Sedangkan hasil dari Jiang & Qishen (2015) menunjukkan bahwa CSP berpengaruh positif terhadap CFP pada basis akuntansi, tetapi tidak berpengaruh dengan CFP yang berbasis pasar. Menurutnya di industri *heavy-polluting*, perusahaan berinvestasi banyak pada CSR, pada tahun bersangkutan memperoleh laba yang lebih tinggi serta pada tahun berikutnya berdampak pada pertumbuhan profitabilitas, kemudian hasil netral juga diperoleh antara hubungan CSP dengan CFP yang berbasis pasar karena pasar saham di negara China tidak dapat hanya dipengaruhi oleh faktor jangka panjang seperti aturan pasar dan disiplin, tetapi juga adanya pengaruh faktor jangka pendek seperti kebijakan pemerintah, volatilitas ekonomi, bahkan berita negatif yang muncul secara mendadak tentang perusahaan. Kemudian di China, efek dominan harga pasar dilaporkan pada efek faktor jangka pendek, sehingga menyebabkan harga saham relatif fleksibel berubah dalam jangka pendek. Sejalan dengan

penelitian Santoso & Yie (2014) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap CFP, mendukung keberadaan *good management theory*. Selain itu, pemenuhan kebutuhan para stakeholder akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, hal ini dikemukakan dari berdasarkan teori stakeholder dan teori agensi. Selanjutnya hasil dari Orlitzky (2009) menunjukkan bahwa *Corporate Citizenship* berpengaruh terhadap CFP, karena dengan pelaksanaan kinerja sosial akan memberikan efek pada peningkatan reputasi perusahaan, dan juga dapat memberikan manfaat dalam hal lebih rendah seperti memberikan pembelajaran bagi para manajerial dan efisiensi pada internal perusahaan. Searah dengan penelitian dari Palmer (2012) hasil menunjukkan bahwa CSP dan CFP berhubungan signifikan positif, mendukung pandangan bahwa program CSR berdampak positif pada *bottom-line*. Di interpretasikan pelanggan bersedia membayar pada harga yang lebih tinggi pada produk atau jasa untuk perusahaan yang telah menerapkan CSR, sehingga menyebabkan peningkatan profitabilitas perusahaan. Namun hal lainnya juga dapat terkait pada penurunan pendapatan, karena untuk beberapa kalangan konsumen mungkin tidak bersedia mengeluarkan biaya yang lebih besar, walau perusahaan telah menerapkan CSR.

Berbeda dari hasil penelitian Makni *et al.* (2009) bersinergi negatif antara CSP dengan CFP, dijelaskan bahwa dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan akan membuat penurunan *profit* dan mengurangi maksimalisasi kekayaan dari para pemegang saham mereka, sehingga membuat perusahaan membatasi diri dalam investasi tanggung jawab secara sosial.

2.5.2. Pengaruh *Corporate Financial Performance* (CFP) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Wibisono *et al.* (2014) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara CFP dengan CSP, menurutnya CSP merupakan sebuah kegiatan yang hanya dapat mengurangi *profit* perusahaan dan perusahaan dianggap tidak perlu mengungkapkan hal diluar dari kesuksesan keuangan perusahaan, sehingga walaupun perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik, hal tersebut tidak akan dilakukannya. Berbeda dari hasil Waddock & Samuel (1997) bahwa CFP berpengaruh secara positif terhadap CSP, hasil ini mendukung *slack resource theory*, perusahaan dengan sumber daya yang berlebih berpotensi mempunyai kinerja keuangan yang kuat, sehingga perusahaan akan merasa royal termasuk dalam investasi dalam CSP. Dengan demikian, jika diungkapkan dalam sebuah frasa yaitu “*do well by doing good*” dan atas hal tersebut akan menghasilkan CSP yang lebih baik secara menyeluruh.

Hasil sejalan dengan penelitian dari Viswanathan (2016) yang mana menurutnya CFP berpengaruh positif terhadap CSR, artinya ketika kinerja keuangan berlebih dapat memberikan motivasi bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR. Dalam arti ketika kinerja keuangan tersedia, perusahaan dalam keadaan yang sangat baik untuk mengatur keuangan yang dikeluarkan mereka termasuk dalam pengeluaran dana CSR. Dengan harapan, manfaat dari pengeluaran tersebut setidaknya dapat menutupi biaya CSR. Berbanding terbalik dengan hasil dari Aras *et al.* (2009) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang baik tidak dapat meningkatkan CSR, karena

menurutnya CSR merupakan topik yang sangat luas dan topik penelitian yang masih aktif saat ini, tidak hanya di negara-negara berkembang, dan banyaknya hasil yang diperoleh masih dalam perdebatan. Jadi, bukanlah tugas yang mudah untuk mengevaluasi kekonsistensian nya. sejalan dari penelitian Yang *et al.* (2010) bahwa CFP tidak berpengaruh terhadap CSP, berarti ketika perusahaan memiliki CFP yang tinggi, tidak secara sukarela akan memberikan pengembalian kepada para pemangku kepentingannya. Sedangkan hasil berbeda di dapat dari penelitian Hirigoyen & Thierry (2015) menunjukkan bahwa CFP berpengaruh negatif terhadap CSP, sesuai konsep *Managerial Opportunism Hypothesis* bahwa manajemen akan mengabaikan kepentingan para pemangku kepentingannya demi memprioritaskan kepentingan pribadi mereka. Ketika kinerja keuangan dalam kondisi baik, manajemen akan memaksimalkan keuntungan pribadi jangka pendek mereka sehingga pengeluaran kinerja sosial akan di minimalisir. Sebaliknya, ketika kinerja keuangan dalam kondisi yang buruk, manajemen akan mencoba mengalokasikan hasil tersebut kepada kegiatan sosial, jadi seolah-olah hasil tersebut merupakan akibat dari tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil berbeda yaitu penelitian Santoso & Yie (2014) menunjukkan bahwa CFP berpengaruh positif terhadap aktivitas CSR pada dua tahun selanjutnya. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas CSR, diperlukan setidaknya dua tahun bagi perusahaan. Hal ini mendukung *slack resources theory*, yaitu pelaksanaan kegiatan CSR mungkin tergantung pada ketersediaan dana yang berlebih di perusahaan.

2.6. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.6.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Corporate Financial Performance (CFP)*

Berdasarkan temuan-temuan dari pembahasan sebelumnya banyak terjadi perdebatan hasil dan juga sesuai dengan *legitimacy theory*, menyatakan pelaksanaan aktivitas CSR dapat menghilangkan sebuah legitimasi gap antara perusahaan terhadap masyarakat secara luas, sehingga dapat menghindari kerugian secara financial dari dampak buruk yang dihasilkan baik itu jangka pendek ataupun jangka panjang, kemudian juga sejalan dengan konsep *signaling theory*, aktivitas CSR dapat memberikan sinyal positif bagi para calon investor, seperti menarik simpatik investor atas tindakan kepedulian sosial perusahaan dan memberikan sinyal bahwa kondisi perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik, sehingga memancing para calon investor untuk berinvestasi pada perusahaan lebih banyak dan juga didasari pada *good management theory*, menyatakan bahwa pihak perusahaan harus berusaha memuaskan para pemangku kepentingan tanpa mengandalkan kondisi keuangan

Penulis berkesimpulan pada kondisi pasar bisnis yang semakin kompetitif diantara para pesaing bisnis, sehingga menuntut pihak perusahaan terus berinovasi dalam merancang strategi persaingan untuk mencapai keunggulan kompetitifnya, salah satu strategi yang dapat perusahaan terapkan yaitu dengan menarik simpatik dari para pemangku kepentingan dalam penerapan kegiatan CSR, pelaksanaan CSR akan meningkatkan reputasi dan citra dari perusahaan sehingga terciptanya loyalitas dari pemangku kepentingan. seperti banyak

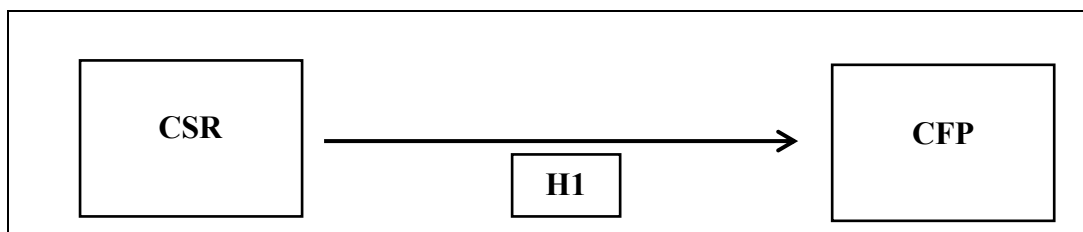
karyawan lebih berkomitmen terhadap pencapaian tujuan perusahaan karena kesejahteraan mereka di perhatikan dari segi sosial, kemudian pelanggan tetap menjaga loyalitas mereka, yang mana kemungkinan mereka akan rela dalam mengeluarkan biaya yang lebih tinggi untuk produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan yang melaksanakan CSR, dengan demikian semua itu akan berdampak kepada peningkatan kinerja keuangan dari perusahaan yang terkait. Berdasarkan dari pemaparan antar kaitan variabel dan teori yang ada, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap *Corporate Financial Performance (CFP)*

Untuk melengkapi hipotesis hubungan antara CSR terhadap CFP penelitian ini menyertakan dalam bentuk gambar berupa kerangka pemikiran yang ditunjukkan pada gambar 2.1. sebagai berikut :

Gambar 2.1.

Kerangka Pemikiran 1



Sumber : Hasil olahan penulis

2.6.2. Pengaruh *Corporate Financial Performance (CFP)* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Berdasarkan temuan-temuan dari pembahasan sebelumnya banyak terjadi perdebatan hasil dan juga sesuai dengan konsep *stakeholder theory*, menyatakan

bahwa aktivitas perusahaan bukan hanya terkait pada *shareholder*, melainkan adanya stakeholder lain yang merasakan dampak dari aktivitas operasi perusahaan, sehingga pelaksanaan CSR dianggap perlu sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap para stakeholdernya, kemudian sejalan dengan konsep *stewardship theory*, menyatakan bahwa manajemen perusahaan pihak yang dipercaya dalam hal mengelola sumber daya perusahaan dengan sebaik mungkin, bukan hanya demi kepentingan perusahaan melainkan kepada pihak para stakeholdernya, sehingga dengan sumber daya semakin tinggi, menunjang perusahaan dalam melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka kepada para stakeholdernya dan paling tercermin pada konsep *slack resources theory* menyatakan bahwa kinerja keuangan yang baik berpotensi memberikan peluang bagi perusahaan untuk berinvestasi pada kegiatan sosial.

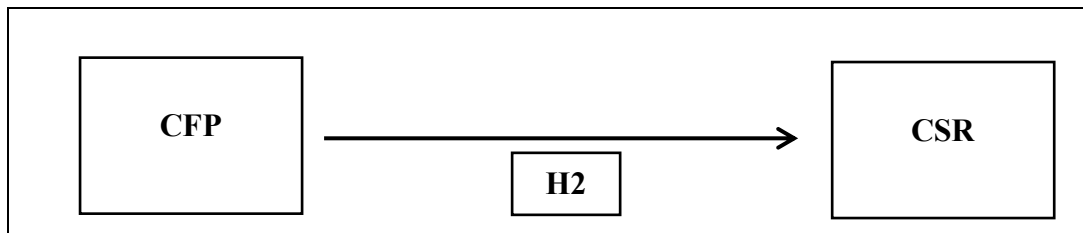
Dari beberapa pernyataan diatas dan hasil dari beberapa penelitian, penulis berkesimpulan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia akan berperilaku demikian, yang mana jika kondisi perusahaan dalam keadaan surplus keuangan, dominan para manajemen akan lebih royal dalam mengeluarkan dana mereka termasuk dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga dapat memberikan keuntungan peningkatan reputasi dari perusahaan. Berdasarkan dari pemaparan antar kaitan variabel dan teori yang ada, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : *Corporate Financial Performance (CFP)* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Untuk melengkapi hipotesis hubungan antara CFP terhadap CSR penelitian ini menyertakan dalam bentuk gambar berupa kerangka pemikiran yang ditunjukkan pada gambar 2.2. sebagai berikut :

Gambar 2.2.

Kerangka Pemikiran 2



Sumber : Hasil olahan penulis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Berdasarkan Sugiyono (2013), penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian berlandaskan filsafat positivisme, diperuntukkan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menjawab hasil hipotesis yang telah ditetapkan.

Untuk menjawab permasalahan penelitian, diperlukan pendekatan deskriptif yang bersifat korelasional. Menurut Narbuko & Abu (2010, p48). Penelitian korelasional yang bertujuan menguji sejauh mana hubungan variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan satu atau lebih faktor lainnya berdasarkan pada koefisien korelasi.

Oleh karena itu, pada penelitian ini berupaya untuk membuktikan hipotesis berdasarkan koefisien korelasi untuk melihat keterkaitan suatu variabel dengan variabel lainnya.

3.2. Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel

3.2.1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder, yaitu dari publikasi informasi pengungkapan melalui laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Kemudian, dalam proses pengumpulan data penulis menggunakan metode studi kepustakaan dalam upaya memperoleh data yang dibutuhkan dalam

penelitian, kemudian data tersebut diolah menggunakan teknik *content analysis* (CA).

1. Studi kepustakaan

Dalam pencarian teori, penulis mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan dengan topik penelitian. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari: buku, jurnal, dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (seperti internet untuk mencari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan). Bila telah memperoleh kepustakaan yang relevan, maka segera untuk disusun secara teratur untuk dipergunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu studi kepustakaan meliputi proses umum seperti: mengidentifikasi teori secara sistematis, penemuan pustaka, dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan topik penelitian.

2. *Content Analysis* (CA)

Menurut Weber (1988) *Content Analysis* adalah salah satu metode yang memberikan kode pada suatu konten baik berbentuk narasi dari suatu naskah atau bentuk tulisan ke dalam sebuah kategori berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Definisi tersebut menjelaskan bahwa proses *coding* hanya pada konten yang berisi tulisan tidak termasuk gambar, tabel, grafik ataupun diagram pada suatu naskah, pengertian ini dimaksudkan pada *content analysis* yang bersifat kuantitatif.

Sedangkan Krippendorff (2004) memaparkan lebih luas yaitu pengkodean dari sebuah naskah yang tidak hanya mencakup deskriptif namun juga informasi lainnya baik itu berupa gambar, tabel, grafik maupun diagram,

Definisi yang dipaparkan tersebut merupakan jenis *content analysis* yang bersifat kualitatif, sehingga dapat disimpulkan *content analysis* memiliki dua jenis yaitu bersifat kuantitatif dan kualitatif.

Menurut Krippendorff (2004) *content analysis* memiliki keunggulan dibanding analisis lainnya, antara lain sebagai berikut :

1. Prosedur data tidak terkontaminasi dengan menggunakan *content analysis*.
2. *Content analysis* memungkinkan dapat dilakukan meski data tidak beraturan atau tidak terstruktur.
3. *Content analysis* merupakan analisis yang sangat sensitif terhadap konten.
4. Pengolahan tetap dapat dilakukan meski mengolah bentuk ataupun simbol.
5. *Content analysis* dapat digunakan pada data yang berbentuk angka.

Selain memiliki keunggulan, namun *content analysis* juga memiliki beberapa kekurangan, sebagai berikut :

1. Dalam proses *content analysis* membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang dikeluarkan cukup besar.
2. Data yang tersedia terkadang sangat lemah sehingga tidak dapat mewakili untuk menghasilkan temuan yang valid
3. Hasil dari *content analysis* tergantung pada sifat dari pertanyaan penelitian. Oleh sebab itu dalam membuat pertanyaan penelitian diperlukan waktu yang cukup panjang agar sesuai dengan yang dimaksud penelitian.

Menurut Guthrie & Abeysekera (2006) agar efektif dalam penerapan *content analysis* harus memenuhi beberapa kriteria, sebagai berikut :

1. kriteria dalam pengklasifikasi harus dapat dinyatakan dengan jelas apakah kriteria analisis menggunakan kata, kalimat, paragraf atau halaman. Suttipun & Patricia (2012) menggunakan banyaknya kata, kemudian menurut Gray *et al.* (1995) dan Milne & Ralph (1999) menggunakan jumlah kalimat lebih baik di dalam mengukur pengungkapan. Lebih lanjut, Raar (2002) menggunakan paragraf sebagai tolak ukur dan Unerman (2000) menggunakan jumlah halaman untuk menentukan ukuran unit analisis. Menurut Wilmshurst & Geoffrey (2000) ukuran secara halaman dipandang kurang akurat, karena dalam pengungkapan pada umumnya terdiri dari berbagai macam informasi baik itu berupa teks, gambar, tabel, grafik dll. Sehingga pengungkapan menjadi tidak selaras antara deskriptif ataupun non deskriptif. Oleh sebab itu, ukuran paragraf di pandang lebih sesuai, karena penggunaan paragraf dapat mengukur kedalaman pengungkapan yang didasari dengan banyaknya ide yang ingin perusahaan ungkapkan, sebab biasanya tiap paragraf mewakili sebuah gagasan pokok. Lebih lanjut kelemahan terkait menggunakan ukuran halaman adalah tidak dapat memperhatikan banyaknya pengembangan ide atau gagasan pokok seperti hal yang dapat dilakukan pengukuran menggunakan jumlah paragraf.
2. Sebelum menarik informasi dari konten atau teks diharapkan telah menentukan dengan jelas kategori ataupun segmen. Dalam menganalisis konten atau teks harus terdapat kategori yang dapat diterapkan pada

keseluruhan data yang dianalisis dan Informasi yang dihasilkan dapat diandalkan dan valid (Milne & Ralph, 1999).

Krippendorff (2004) menjelaskan tiga jenis dari reliabilitas *content analysis: stability, reproducibility, dan accuracy*. Guthrie *et al.* (2004) ada tiga metode untuk meningkatkan reliabilitas: (1) Standar acuan klasifikasi harus jelas salah satunya dapat diperoleh dari penelitian sebelumnya (2) Jelas dan konsisten dalam kriteria pemberian kode (3) melakukan *training* bagi para *coder*.

Dari pemaparan di atas, penelitian ini menggunakan ukuran unit analisis sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Kriteria Indeks Skor

Skor	Keterangan
(0)	Tidak ada informasi
(1)	1 kata – 1-2 kalimat
(2)	3 kalimat – 1-2 paragraf
(3)	3 paragraf
(4)	4-5 paragraf
(5)	> 5 paragraf

Sumber : Raar (2002); Gunawan *et al.* (2008)

Penjelasan dalam pemberian skor dari tabel di atas adalah sebagai berikut :

Skor 0 - diberikan apabila informasi tidak ada yang diungkap berdasarkan indikator pengukuran.

Skor 1 - diberikan apabila pengungkapan minimal 1 kata atau maksimal 1-2 kalimat.

Skor 2 - diberikan apabila pengungkapan setidaknya 3 kalimat yang membentuk 1 sampai 2 paragraf

Skor 3 - diberikan apabila pengungkapan mencapai 3 paragraf

Skor 4 - diberikan apabila pengungkapan mencapai 4 sampai 5 paragraf

Skor 5 - diberikan apabila pengungkapan mencapai lebih dari 5 paragraf

3.2.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan *Mining, Oil* dan *Gas* yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan pada periode 2014 hingga 2017. Perusahaan ini merupakan rangkaian kegiatan dalam rangka upaya pencarian, penambangan (penggalian), pengolahan, pemanfaatan dan penjualan bahan galian (mineral, batubara, panas bumi, migas). Alasan memilih perusahaan tersebut sebagai subjek dalam penelitian ini karena perusahaan-perusahaan tersebut berkaitan dan bersentuhan langsung dengan sumber daya alam. Dimana seharusnya perusahaan yang langsung berkaitan dengan alam hendaknya lebih dapat memberikan tanggung jawab sosialnya dan lebih memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar. Dengan pertimbangan tersebut, maka mendorong penulis untuk mengambil perusahaan *Mining, Oil* dan *Gas* sebagai subjek penelitian ini.

Sumber data berasal dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Pilihan sumber data tersebut dikarenakan laporan tahunan selain berisi informasi keuangan, juga memiliki informasi yang lebih banyak mengenai perusahaan, sedangkan untuk laporan keberlanjutan berisi informasi yang lebih kompleks dalam membahas keberlanjutan perusahaan dan untuk meminimalisir adanya

subjektivitas, karena bukan *coder* yang menentukan klasifikasi kategori, melainkan pihak perusahaan telah mengklasifikasikan kategori-kategori tertentu di dalam laporan, yaitu berupa *indeks* pada akhir laporan.

Dalam hal ini teknik *sampling* yang digunakan yaitu menggunakan metode *purposive sampling*, yang mana teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu dan penilaian penulis untuk mengarahkan sampel terpilih sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria-kriteria penelitian sebagai berikut :

1. Perusahaan yang menyusun laporan keberlanjutan menggunakan bahasa Indonesia dan memiliki indeks GRI-G4 yang jelas.
2. Perusahaan yang menyusun laporan tahunan disertai laporan keuangan yang lengkap.

Selanjutnya sampel penelitian di saring kembali untuk memperoleh data yang dapat diobservasi, menggunakan kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria data observasi sebagai berikut :

1. Pengujian CSR terhadap CFP, yang mana menjadi syarat dalam penyaringan data observasi yaitu data SR bersangkutan dan laporan tahunan ditahun berikutnya harus ada dan lengkap, karena untuk melihat dampak dari pelaksanaan dan luas pengungkapan CSR terhadap tingkat CFP perusahaan, sehingga jika salah satu laporan tersebut tidak terpenuhi atau tidak ada, akan dikeluarkan pada data yang di observasi dalam penelitian ini.
2. Pengujian CFP terhadap CSR, yang mana menjadi syarat dalam penyaringan data observasi yaitu data laporan tahunan bersangkutan dan SR ditahun

berikutnya harus ada dan lengkap, karena untuk melihat dampak dari CFP terhadap pelaksanaan dan luas pengungkapan CSR, sehingga jika salah satu laporan tersebut tidak terpenuhi atau tidak ada, akan dikeluarkan pada data yang di observasi dalam penelitian ini.

3.3. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen

Operasionalisasi variabel memberikan keterangan terkait ukuran variabel dan skala yang digunakan sebelum data di analisis. Berikut penjelasan singkat terkait variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. CSR : Pengukuran menggunakan standar acuan yang menjadi dasar dalam pengungkapan pada laporan keberlanjutan yaitu GRI-G4, yang mendasari penelitian ini dalam menggunakan pengukuran GRI-G4, karena umumnya pengungkapan di Indonesia menggunakan GRI-G4 dalam menyusun laporan keberlanjutan.
2. CFP : pengukuran atas variabel ini menggunakan ukuran ROA, ROE dan ROS. alasan di pilihnya ROE yaitu sebagai bukti pertanggungjawaban terhadap kepemilikan investor, ROS yaitu mencerminkan tingkat pengembalian terhadap kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan ROA yaitu untuk melihat bagaimana kinerja atas pengelolaan manajemen atas kepercayaan yang diberikan *shareholder*, secara umum ketiga indikator tersebut digunakan agar pengukuran lebih kompleks dan akurat untuk mencerminkan kinerja keuangan perusahaan (Waddock & Samuel, 1997).

Dari pemaparan di atas pengukuran atas variabel di ringkas dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2.

Ukuran Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala
CSR	Sebuah tindakan yang dapat memberikan efek baik terhadap para pihak berkepentingan, terutama bagi masyarakat dimasa yang akan datang sesuai dengan peraturan yang berlaku. McWilliams & Donald (2000)	GRI-G4 : <ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan : $CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$ • Sosial : $CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$ • Ekonomi : $CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$ Gantino (2016)	Rasio
CFP	suatu ukuran tertentu yang digunakan oleh entitas untuk mengukur keberhasilan dalam menghasilkan laba. (Bahri & Febby, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> • ROA : $\frac{EAT}{Total Asset}$ • ROE : $\frac{EAT}{Total Equity}$ • ROS : $\frac{EBIT}{Total Sales}$ Waddock & Samuel (1997)	Rasio

Sumber : Hasil olahan penulis

3.4. Analisis data

3.4.1. Pilihan *Software*

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Modeling - SEM*) yang berbasis varian yaitu PLS (*Partial Least Square*). Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015) SEM adalah suatu teknik statistika untuk menguji dan mengestimasi hubungan kausal dengan mengintegrasikan analisis faktor dan analisis jalur.

Sedangkan analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen dan variabel independen berganda. PLS adalah bentuk pengembangan dari regresi berganda untuk mengatasi masalah tertentu pada data, seperti sampel yang kecil, hilangnya data (*missing values*) dan multikolinearitas.

Dalam menganalisis *Partial Least Square* (PLS) penelitian ini menggunakan *software Smart PLS* versi 3.0 untuk membantu dalam pengolahan data. PLS yang dikembangkan pertama kali pada tahun 1982 oleh Herman Wold. PLS biasanya dilakukan dalam pengujian model penelitian yang kurang memiliki dasar teori yang kuat.

Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015) PLS memiliki keunggulan sebagai berikut :

1. PLS dapat membuat model yang lebih kompleks dengan variabel dependen dan variabel independen yang banyak
2. PLS mampu mengatasi masalah multikolinearitas antara variabel independen

3. PLS tetap dapat memberikan hasil yang kokoh (*robust*), walaupun adanya data yang tidak normal dan hilang (*missing value*)
4. PLS dapat Menghasilkan variabel eksogen secara langsung berbasis *cross-product* yang melibatkan variabel endogen sebagai kekuatan prediksi.
5. PLS dapat digunakan baik itu pada model reflektif ataupun formatif.
6. Salah satu keunggulan PLS dibanding analisis lainnya, PLS tetap dapat digunakan walaupun sampel penelitian kecil.
7. PLS diunggulkan dibanding analisis lainnya karena PLS tidak mengharuskan data berdistribusi normal (*non-parametrik*)
8. PLS dapat digunakan pada tipe skala yang berbeda, baik itu nominal, ordinal maupun kontinu.

Alasan yang melatar belakangi penelitian ini dalam memilih analisis PLS, antara lain :

1. Sampel data dalam penelitian ini tergolong rendah.
2. Penelitian ini menggunakan model penelitian reflektif untuk melihat besaran nilai indikator dalam mengukur masing-masing variabel laten.
3. Penelitian ini memperoleh sampel yang terbatas, sehingga sulit untuk membuktikan bahwa data berdistribusi normal.

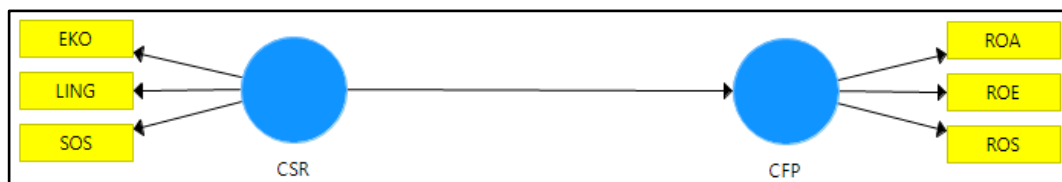
3.4.2. Diagram Jalur

Sebelum masuk kedalam pengujian kelayakan model yaitu analisis *outer model* yang diteruskan kepada pengujian *structural* yaitu analisis *inner model*, dan berakhir pada menjawab hipotesis penelitian ini yaitu proses pengujian hipotesis, Sebagai pendahuluan penulis akan menyajikan pola penelitian yang

direpresentasikan dalam bentuk diagram jalur yang dibuat melalui *software SmartPLS* versi 3.0. Menurut Hair *et al.* (2017), diagram jalur digunakan untuk memberikan gambaran pada hipotesis penelitian terkait hubungan antara variabel sebelum pengaplikasian SEM. Masing-masing konstruk atau variabel laten yang digambarkan dalam diagram jalur berbentuk lingkaran berwarna biru. Indikator atau proksi yang diukur secara langsung terhadap variabel laten merupakan data mentah yang digambarkan dalam bentuk persegi panjang berwarna kuning. Sedangkan baik itu hubungan antar konstruk terhadap indikator ataupun hubungan antar masing-masing konstruk digambarkan dalam bentuk panah ke masing-masing indikator atau ke masing-masing konstruk. Berikut dua model diagram jalur dalam penelitian ini,

Gambar 3.1.

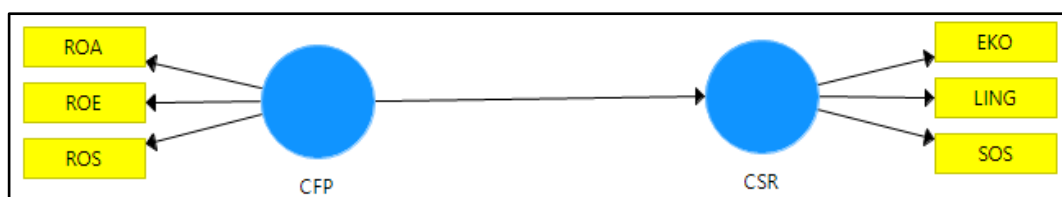
Diagram Jalur CSR terhadap CFP



Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

Gambar 3.2.

Diagram Jalur CFP terhadap CSR



Sumber: Hasil olah data *SmartPLS 3*

3.4.3. Kriteria Analisis Data

Menurut Hair *et al.* (2017) dalam proses pengujian *Partial Least Square* (PLS) memiliki dua tahapan umum, antara lain :

1. *Measurement model (Outer Model)* yaitu model pengukuran yang menunjukkan hubungan besaran konstruk atau variabel laten terhadap indikator atau proksi penelitian. Tujuan utama dari pengujian ini yaitu untuk memastikan bahwa masing-masing indikator telah valid dan alat pengukuran yang digunakan telah reliabel.
2. *Structural model (Inner model)* yaitu menunjukkan besaran hubungan antar konstruk atau variabel laten. Tujuan utama dari pengujian ini yaitu untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun telah kuat (*robust*) dan akurat.

Dalam melakukan pengujian diatas adanya kriteria-kriteria yang harus terpenuhi untuk memastikan bahwa semua model telah sesuai, pembahasan terkait kriteria-kriteria tersebut, sebagai berikut :

1. *Outer Model*

Pada pengujian *outer model* memiliki lima kriteria yang harus terpenuhi, sebagai berikut :

- a. *Convergent Validity*. Nilai *convergent validity* adalah besaran nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan > 0.7 , namun jika nilai yang diperoleh diantara 0.4 hingga 0.7 harus dipertimbangkan apakah dengan mengeleminasi indikator dari model akan mengarah ke peningkatan *composite reliability* ataupun AVE, namun apabila

nilai dihasilkan < 0.4 dipastikan bahwa indikator tersebut harus di eliminasi dari model (Hair *et al.*, 2017).

- b. *Discriminant Validity*. Nilai *Discriminant Validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk lainnya (Hair *et al.*, 2017).
- c. *Composite Reliability*. Nilai *composite reliability* yang diperoleh harus > 0.7 (Jika hasil diperoleh penelitian 0.60 hingga 0.70 dapat menjadi bahan pertimbangan), berarti pengujian memiliki reliabilitas yang tinggi (Hair *et al.*, 2017).
- d. *Cronbach Alpha*, merupakan uji realibilitas yang konservatif (batas realibilitas paling rendah), sebaliknya jika pengujian *composite reliability* cenderung melebihi, oleh karena itu perlu untuk mempertimbangkan pada kriteria uji realibilitas kedua, yaitu pengujian *cronbach alpha*. Saat menganalisis dan menilai konsistensi internal realibilitas yang lebih handal biasanya di antara *cronbach alpha* (batas bawah) dan *composite reliability* (batas atas), sehingga nilai *Cronbach Alpha* diharapkan harus memiliki nilai > 0.6 untuk semua konstruknya (Hair *et al.*, 2017; Abdillah & Jogiyanto, 2015).
- e. *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE yang diperoleh harus > 0.5 , hal ini menandakan bahwa model penelitian memiliki tingkat validitas yang baik. (Hair *et al.*, 2017).

2. Inner Model

Setelah pengujian *outer model* telah terpenuhi secara keseluruhan, tahap selanjutnya yaitu pengujian *inner model* atau model struktural, yaitu menguji hubungan antar konstruk atau variabel laten, berikut beberapa pengujian yang harus dilakukan pada *inner model*, antara lain :

- a. *Collinearity Assessment*. Sebelum melangkah lebih lanjut pada pengujian lainnya, pada tahap awal harus memenuhi pengujian *collinearity assessment* yaitu nilai VIF harus < 5 , hal ini menunjukkan bahwa tidak ada permasalahan utama dalam tingkat kolinearitas diantara konstruk dalam model sehingga pengujian lebih lanjut dapat dilakukan pada model struktural lainnya (Hair *et al.*, 2017).
- b. Koefisien Determinasi (R^2) pada konstruk endogen. Nilai R^2 adalah nilai koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Hair *et al.* (2017), nilai R^2 sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah), dapat disimpulkan bahwa dengan nilai R^2 semakin tinggi maka prediksi variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen semakin tinggi dan akurat.
- c. *Effect Size* (f^2). Digunakan sebagai tambahan dalam mengevaluasi R^2 dari semua konstruk endogen, untuk mengetahui perubahan nilai koefisien determinasi ketika konstruk eksogen secara spesifik dihilangkan memiliki pengaruh substantif terhadap konstruk endogen. Nilai *Effect Size* (f^2) 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar) (Hair *et al.*,2017)

d. Q^2 *predictive relevance* digunakan mengukur model analisis struktural seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan mengestimasi parameterinya. Nilai Q^2 *predictive relevance* dikatakan baik jika $Q^2 > 0$, hal ini menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*, sedangkan jika nilai Q^2 *predictive relevance* $Q^2 \leq 0$, hal ini menandakan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Pada intinya jika Q^2 *predictive relevance* semakin mendekati nilai 1, maka model dianggap baik karena variabel eksogen mampu sebagai variabel penjelas untuk memprediksi variabel endogennya (Hair *et al.*, 2017).

3.4.4. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat pengaruh signifikansi dari hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, Menurut Hair *et al.* (2017) dapat melihat nilai probabilitasnya dan nilai t-statistik. Untuk menentukan tingkat signifikansi dengan nilai probabilitas, kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai *p-value* harus < 0.05 (tingkat toleransi 5%), yang mana jika nilai $p < 0.05$, maka dapat diartikan H_a diterima atau H_0 ditolak, sedangkan untuk menentukan tingkat signifikansi dengan nilai t-statistik, pada nilai t-tabel sebesar 1.96 (tingkat toleransi 5%), yaitu kriteria hipotesis diterima jika dan hanya jika t-statistik $>$ t-tabel, yang mana ketika t-statistik > 1.96 , dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.