

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN CORPORATE FINANCIAL
PERFORMANCE (CFP)***

**(Studi Empiris pada Perusahaan *Mining, Oil dan Gas* di Indonesia Periode
2014-2017)**



**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : YONGKI SAPUTRA

NIM : 127162010

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
MAGISTER AKUNTANSI

2019

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya Mahasiswa Program Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara:

N a m a : Yongki Saputra

N I M : 127162010

Program : Magister Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir (Tesis) yang saya buat dengan judul:

FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN *CORPORATE FINANCIAL PERFORMANCE* (CFP).

Studi Empiris pada Perusahaan *Mining, Oil* dan *Gas* di Indonesia Periode 2014-2017

Adalah:

1. Dibuat sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan referensi acuan, yang tertera di dalam referensi pada tugas saya.
2. Tidak merupakan hasil duplikat Tesis yang telah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Magister di Universitas lain kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Tidak merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku dan referensi acuan yang tertera dalam referensi pada tugas akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka tugas akhir ini batal.

Jakarta, 23 Januari 2019

Yang membuat pernyataan,



(Yongki Saputra)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN TESIS

NAMA : YONGKI SAPUTRA

NO. MAHASISWA : 127162010

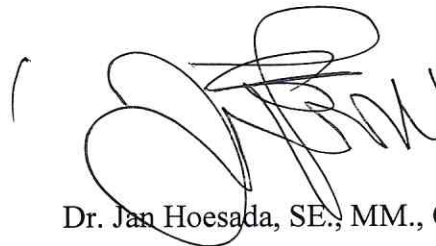
PROGRAM : MAGISTER AKUNTANSI

BIDANG KONSENTRASI : AUDIT INTERNAL & AKUNTANSI
MANAJEMEN

JUDUL TESIS : FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN *CORPORATE*
FINANCIAL PERFORMANCE (CFP).

Jakarta, Januari 2019

Pembimbing,



Dr. Jan Hoesada, SE., MM., CPA.,

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

MAGISTER AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

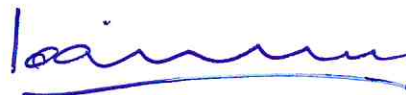
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN TESIS
SETELAH LULUS UJIAN TESIS

NAMA : YONGKI SAPUTRA
NIM : 127162010
PROGRAM : MAGISTER AKUNTANSI
MATA KULIAH POKOK : AUDIT INTERNAL & AKUNTANSI
MANAJEMEN
JUDUL TESIS : FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) DAN CORPORATE
FINANCIAL PERFORMANCE (CFP)*.

TANGGAL : 23 JANUARI 2019

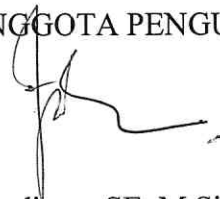
KETUA PENGUJI :



(Prof. Dr. Sukrisno Agoes, SE, MM, Ak, CPA)

TANGGAL : 23 JANUARI 2019

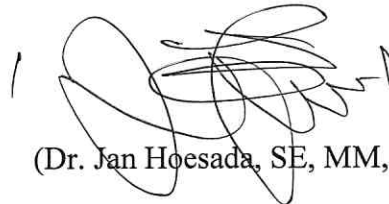
ANGGOTA PENGUJI



(Dr. Herlin Tundjung, SE, M.Si, Ak, CA)

TANGGAL : 23 JANUARI 2019

ANGGOTA PENGUJI



(Dr. Jan Hoesada, SE, MM, CPA)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas anugerah dan rahmat yang telah dilimpahkan sehingga penelitian tesis ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu guna melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Program Magister Akuntansi pada Fakultas Ekonomi di Universitas Tarumanagara.

Dalam menyusun tesis ini, penulis mendapat bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung dan tidak langsung. Oleh karena itu, pada saat ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Agustinus Purna Irawan S.T., MT., Dr., Prof. selaku Rektor Universitas Tarumanagara.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Ibu Dr. Estralita Trisnawati, SE., M.SI, Ak., CA., selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Jan Hoesada, SE., MM., CPA., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dengan kesabaran dalam membimbing serta memberikan pengarahan dan saran-saran yang berguna agar tesis ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen Program Magister Akuntansi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan.

6. Kedua orangtua serta saudara-saudara penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis selalu memiliki motivasi untuk dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
7. Teman-teman penulis yang selalu memberikan motivasi dan arahan selama proses perkuliahan.
8. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari tingkat kesempurnaan. Penulis juga dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan tesis ini.

Sebagai penutup, penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian dan kerja sama dari semua pihak. Semoga tesis ini dapat berguna bagi penelitian selanjutnya maupun bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 23 Januari 2019



Yongki Saputra

ABSTRAK

Beberapa perusahaan masih berpendapat bahwa CSR merupakan sebuah biaya yang berujung pada penurunan profitabilitas perusahaan, namun juga tidak ada yang bisa memastikan jika perusahaan menerapkan CSR akan menjamin peningkatan profitabilitas perusahaan, atas hal ini timbul dua konsep teori yang mendasarinya yaitu, *good management theory* dan *slack resources theory*. Inti dari kedua teori tersebut adalah apakah perusahaan akan melaksanakan CSR untuk meningkatkan CFP atau perusahaan yang mempunyai CFP yang baik kemudian akan melaksanakan CSR. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang bersifat korelasional dengan populasi perusahaan pada industri *mining, oil* dan *gas* pada periode 2014-2017 yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan, dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) yang diolah dengan *Software SmartPLS 3.0*. Hasil yang diperoleh membuktikan *good management theory*, yaitu CSR berpengaruh terhadap CFP, perusahaan akan cenderung melaksanakan CSR sebagai strategi untuk meningkatkan CFP perusahaan. Hasil ini menolak *slack resources theory*, yaitu CFP tidak berpengaruh terhadap CSR, perusahaan dengan CFP yang baik tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR, kemungkinan karena persepsi yang keliru dari perusahaan sehingga menganggap CSR merupakan suatu biaya yang hanya dapat menurunkan profitabilitas. Analisis deskriptif tambahan juga mendukung hasil secara statistik, pengungkapan CSR pada industri *mining, oil* dan *gas* berfokus pada kategori sosial, yang meliputi kesejahteraan karyawan perusahaan dan pengujian CSR memiliki pengaruh besar terhadap ROE yaitu pertanggung jawaban perusahaan terhadap investor.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Corporate Financial Performance (CFP)*, *Good Management Theory* dan *Slack Resources Theory*

ABSTRACT

Some companies still argue that CSR is a cost that end with a decrease in the company's profitability, but also no one can be sure if the company implements CSR will guarantee an increase in the company's profitability, on this matter arises two underlying theoretical concepts, that are, good management theory and slack resources theory. The essence of both theories are whether the company will implement CSR to increase CFP or company that have good CFP will then implement CSR. This research use correlational descriptive analysis with a population of companies in the mining, oil and gas industries in the 2014-2017 period which publishes annual reports and sustainability reports, using Partial Least Square (PLS) analysis which is processed with SmartPLS 3.0 Software. The results obtained prove good management theory, namely CSR has an effect on CFP, companies will tend to implement CSR as a strategy to increase company CFP. This result rejects slack resources theory, namely CFP does not affect CSR, companies with good CFP do not have an effect on CSR disclosure, possibility because of the wrong perception of the company so that CSR is considered a cost that can only reduce profitability. Additional descriptive analysis also supports statistical results, CSR disclosure in the mining, oil and gas industry focuses on the social category, which includes the welfare of company employees and CSR testing has a major influence on ROE, namely corporate responsibility to investors.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Financial Performance (CFP), Good Management Theory and Slack Resources Theory

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PERSETUJUAN PENGUJI	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Pembatasan Masalah	12
1.4. Perumusan Masalah	13
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.5.1. Tujuan Penelitian	13
1.5.2. Manfaat Penelitian	13
1.5.2.1. Manfaat bagi Pengembangan Ilmu Akuntansi Manajemen	13
1.5.2.2. Manfaat bagi praktik Akuntansi Manajemen	13
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. <i>Grand Theory</i>	15
2.1.1. <i>Stakeholder Theory</i>	15
2.1.2. <i>Legitimacy Theory</i>	16
2.2. <i>Middle Range Theory</i>	19
2.2.1. <i>Signaling Theory</i>	19
2.2.2. <i>Stewardship Theory</i>	21
2.3. <i>Applied Theory</i>	22
2.3.1. <i>Slack Resource Theory</i>	22
2.3.2. <i>Good Management Theory</i>	23
2.4. Definisi Konseptual Variabel	26
2.4.1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	26
2.4.1.1. Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
2.4.1.2. Laporan keberlanjutan	28

2.4.2. <i>Coporate Financial Performace (CFP)</i>	30
2.4.2.1. <i>Definisi Coporate Financial Performace</i>	30
2.4.2.2. <i>Ukuran Coporate Financial Performace</i>	30
2.5. <i>Kaitan antar Variabel</i>	33
2.5.1. <i>Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)</i> <i>terhadap Corporate Financial Performance (CFP)</i>	33
2.5.2. <i>Pengaruh Corporate Financial Performance (CFP)</i> <i>terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	36
2.6. <i>Kerangka Pemikiran dan Hipotesis</i>	38
2.6.1. <i>Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)</i> <i>terhadap Corporate Financial Performance (CFP)</i>	38
2.6.2. <i>Pengaruh Corporate Financial Performance (CFP)</i> <i>terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	39

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. <i>Desain Penelitian</i>	42
3.2. <i>Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel</i>	42
3.2.1. <i>Metode Pengumpulan data</i>	42
3.2.2. <i>Populasi dan Sampel</i>	47
3.3. <i>Operasionalisasi Variabel dan Instrumen</i>	49
3.4. <i>Analisis Data</i>	51
3.4.1. <i>Pilihan Software</i>	51
3.4.2. <i>Diagram Jalur</i>	52
3.4.3. <i>Kriteria Analisis Data</i>	54
3.4.4. <i>Pengujian Hipotesis</i>	57

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. <i>Deskripsi Subyek Penelitian</i>	58
4.2. <i>Deskripsi Obyek Penelitian</i>	61
4.3. <i>Hasil Uji Asumsi</i>	68
4.3.1. <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	68
4.3.1.1. <i>Convergent Validity</i>	69
4.3.1.2. <i>Discriminant Validity</i>	69
4.3.1.3. <i>Composite Reliability</i>	71
4.3.1.4. <i>Cronbach Alpha</i>	72
4.3.1.5. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	72
4.3.2. <i>Inner Model (Structural Model)</i>	72
4.3.2.1. <i>Collinearity Assesment</i>	73
4.3.2.2. <i>R Square (R²)</i>	74
4.3.2.3. <i>Effect Size (f²)</i>	75
4.3.2.4. <i>Q² predictive relevance</i>	76
4.4. <i>Hasil Uji Hipotesis</i>	78
4.4.1. <i>Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)</i> <i>terhadap Corporate Financial Performance (CFP)</i>	79

4.4.2. Pengaruh <i>Corporate Financial Performance</i> (CFP) terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	80
4.5. Pembahasan	80
4.5.1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap <i>Corporate Financial Performance</i> (CFP)	80
4.5.2. Pengaruh <i>Corporate Financial Performance</i> (CFP) terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	84
4.6. Pembahasan Tambahan	88
4.6.1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap <i>Corporate Financial Performance</i> (CFP).....	88
4.6.2. Pengaruh <i>Corporate Financial Performance</i> (CFP) terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	96

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan	100
5.2. Saran	102
5.3. Keterbatas Penelitian	104

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kriteria Indeks Skor	46
Tabel 3.2. Ukuran Variabel Penelitian	50
Tabel 4.1. Penyaringan Sampel	58
Tabel 4.2. Sampel Penelitian	59
Tabel 4.3. Data Observasi CSR terhadap CFP	60
Tabel 4.4. Data Observasi CFP terhadap CSR	61
Tabel 4.5. Analisis Deskriptif	62
Tabel 4.6. <i>Discriminant Validity</i> CSR terhadap CFP	70
Tabel 4.7. <i>Discriminant Validity</i> CFP terhadap CSR	70
Tabel 4.8. <i>Composite Reliability, Cronbach Alpha</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> CSR terhadap CFP.....	71
Tabel 4.9. <i>Composite Reliability, Cronbach Alpha</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> CFP terhadap CSR	71
Tabel 4.10. <i>Collinearity Statistics</i> CSR terhadap CFP	73
Tabel 4.11. <i>Collinearity Statistics</i> CFP terhadap CSR	73
Tabel 4.12. R ² CSR terhadap CFP	74
Tabel 4.13. R ² CFP terhadap CSR	74
Tabel 4.14. f ² CSR terhadap CFP	75
Tabel 4.15. f ² CFP terhadap CSR	76
Tabel 4.16. Q ² <i>predictive relevance</i> CSR terhadap CFP	77
Tabel 4.17. Q ² <i>predictive relevance</i> CFP terhadap CSR	77
Tabel 4.18. <i>Path Corfficients</i> Hipotesis 1	79
Tabel 4.19. <i>Path Corfficients</i> Hipotesis 2	80
Tabel 4.20. Analisis Deskriptif Maximum Hubungan CSR terhadap CFP	91
Tabel 4.21. <i>Path Coefficients</i> Pengujian CSR terhadap Indikator CFP	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran 1	39
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran 2	41
Gambar 3.1. Diagram Jalur CSR terhadap CFP	53
Gambar 3.2. Diagram Jalur CFP terhadap CSR	53
Gambar 4.1. <i>Path Diagram</i> CSR terhadap CFP	68
Gambar 4.2. <i>Path Diagram</i> CFP terhadap CSR	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Analisis Deskriptif

Lampiran 2 : Analisis Deskriptif Pengungkapan CSR

Lampiran 3 : Ringkasan Data Olah Model CSR terhadap CFP

Lampiran 4 : Ringkasan Data Olah Model CFP terhadap CSR

Lampiran 5 : Data Analisis Deskriptif Hubungan CSR terhadap CFP

Lampiran 6 : Data Analisis Deskriptif Hubungan CFP terhadap CSR

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*).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : ANDI.
- Allouche, J., & Laroche, P.A. (2005). meta-analytical investigation of the relationship between corporate social and financial performance. *Rev. Gest. Ressour. Hum*, 57:18–41.
- Aras, G., Aybars, A., & Kutlu, O. (2009). Managing corporate performance Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 59(3):229-254.
- Bahri, S., & Cahyani, F.A. (2016). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Financial Performance Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2):117-142.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1):99-120.
- Berman, S.L., Wicks, A.C., Kotha, S., & Jones, T.M. (1999). Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 42(2):488-506.
- Brown, N., & Deegan, C. (1998). The Public Disclosure of Environmental Performance Information-a Dual Test of Media Agenda Setting Theory and Legitimacy Theory. *Accounting & Business Research*, 29(1):21-42.
- Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons* (July/August), 39–48.
- Clarkson, M. (1995). A Stakeholder Framework For Analysing And Evaluating Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, 20(1):92-117.
- Deegan, C. (2002a). The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure - a Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3):282-343.

- Deegan, C. (2002b). *Australian Financial Accounting* (3ed.). Roseville NSW: McGraw-Hill Book Co.
- Deegan, C., & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and Business Research*, 26(3):187–199.
- Donaldson, T., & Preston, L.E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. *The Academy of Management Review*, 20(1):65-91.
- Etxeberria, I.A., Abadia, J.M.M., & Freire, E.O. (1998). The Interaction Between CSP and CFP in Spanish Companies; The Impact of the Global Financial Crisis.
- Fauzi, H., & Idris, K.M. (2009). The Relationship of CSR and Financial Performance: New Evidence From Indonesian Companies.
- Fauzi, H. (2014). Corporate Social and Financial Performance: Empirical Evidence from American Companies.
- Figge, F., Hahn, T., Schaltegger, S., & Wagner, M. (2002). The Sustainability Balanced Scorecard-Theory and Application of a Tool For Value-Based Sustainability Management.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
- Freeman, R.E. (2004). A Stakeholder Theory of Modern Corporations. *Ethical Theory and Business*, 7th edn.
- Freeman, R.E. & Evan, W.M. (1990). Corporate Governance: A stakeholder Interpretation. *Journal of Behaviour Economics*, 19:337-359.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 13.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008- 2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 3(2):18-31.
- Gumanti, T.A. (2009). Teori Sinyal dalam Manajemen Keuangan.

- Gunawan, J., Djajadikerta, H., & Smith, M. (2008). The Examination Of Corporate Social Disclosure by Indonesian Listed Companies. *Asia Pasific Centre For Environmental Accountability Journal*, 15(1).
- Guthrie, J. & Indra, A. (2006). Content analysis of social, environmental reporting : What is New ?. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10 (2):114-126.
- Guthrie, J., Boedker, C., & Cuganesan, S. (2004). *Final Report: Department of Lands, NSW, Management, Measurement and Reporting of Intellectual Capital*. report of MGSM Centre for the Management of Knowledge Capital, December, Sydney.
- Guthrie, J. & Parker, L. (1990). Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 3:159–176.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8 (2):47–77.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second Edition. SAGE Publications, Inc.
- Hirigoyen, G.F., & Poulain-Rehm, T. (2015). Relationships between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: What is the Causality?. *Journal of Business & Management*, 4(1):18-43.
- ISO 2600. (2010). *Guidance Social Responsibility*. International Standard.
- Jiang, L., & Yang, Q. (2015). The Relationship between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from Chinese Heavy-polluting Industries. *Departement of Business Studies*.
- Kurucz, E., Colbert, B., & Wheeler, D. (2008). The business case for corporate social responsibility. *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, 83-112.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (Vol. 5). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Lindblom, C K. (1994). *The Implications of Organisational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure*. Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.

- Lindrawati., Felicia, N., & Budianto T, J.Th. (2008). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Sebagai 100 *Best Corporate Citizens* Oleh Kld *Research & Analytics*. *Majalah Ekonomi*, 1.
- Longoni, A., & Cagliano, R. (2015). Environmental and social sustainability priorities: Their integration in operations strategies. *International Journal of Operations & Production Management*, 35(2):216-245.
- Maharani, C.R., & Syafruddin, M. (2015). Hubungan *Corporate Social Performance* dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Menerbitkan *Sustainability Report* sesuai standar GRI). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(1):1-7.
- Makni, R., Francoeur, C., & Bellavance, F. (2009). Causality Between Corporate Social Performance and Financial Performance: Evidence from Canadian Firms. *Journal of Business Ethics*, 89:409–422.
- Margolish, J.D., Elfenbein, H.A., & Walsh, J.P. (2007). Does It Pay To Be Good? A Meta-Analysis and Redirection of Research on the Relationship Between Corporate Social and Financial Performance.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate Social Responsibility and Financial Performance : Correlation or Misspecification?. *Strategic Management Journal*, 21:603-609.
- Miles, M.P., & Covin, J.G. (2000). Environmental marketing: A source of reputational, competitive, and financia Advantage. *Journal of Business Ethics*, 23(3):299-311.
- Miles, M.P., & Russell, G.R. (1997). ISO 14000 total quality environmental management: The integration of Environmental Marketing, Total Quality management, and corporate environmental policy. *Journal of Quality Management*, 2(1):151-168.
- Milne, M.J., & Adler, R.W. (1999). Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 12 (2): 237-256.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2010). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- O'Donovan, G. (2002). Environmental Disclosures in the Annual Report : Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.

- Orlitzky, M. (2009). Corporate Social Performance and Financial Performance: A Research Synthesis.
- Orlitzky, M., & Schmidt, F.L., & Rynes, S.L. (2003) Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3):403–441.
- Palmer, H.J. (2012). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Does it Pay to Be Good ?. *CMC Senior Theses*, 529.
- Pelozo, J. (2006). Using corporate social responsibility as insurance for financial performance. *California Management Review*, 48(2):52–72.
- Petera, P., & Wagner, J. (2015). Global Reporting Initiative (GRI) and its Reflections in the literature. *European Financial and Accounting Journal*, 10(2):13-23.
- Raar, J. (2002). Environmental initiatives: towards triple-bottom line reporting. *Corporate Communications: An International Journal*, 7 (3):169-183.
- Raharjo, E. (2007). Teori Agensi dan Teori Steawarship dalam Perspektif Akuntansi (*Agency Theory Vs Steawarship Theory in the Accounting Perspective*). *Fokus Ekonomi*, 2(1):37-46.
- Ribstein, L.E. (2005). Accountability and responsibility in corporate governance. *Law and Economic Working Paper*, no. 34.
- Santoso, A.H., & Feliana, Y.K. (2014). The Association Between Corporate Social Responsibility And Corporate Financial Performance. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 8(2):82-103.
- Sucipto. (2003). *Penilaian Kinerja Keuangan*. Medan. *USU Digital Library*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Suttipun, M. & Stanton, P. (2012). Determinants of environmental disclosure in Thai corporate annual reports. *International Journal Of Accounting and Financial Reporting*, 2(1):99-115.
- Tilling, M.V. (2004). Refinement To Legitimacy Theory In Social And Environmental Accounting. *Commerce Research Paper Series*, 4-6.
- Turban D.B., & Greening, D.W. (1997). Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective *Employees*. *Academy of Management Journal*, 40(3):658-672.

Undang-Undang no 40 tahun 2007. Perseroan Terbatas. Bapepam.

Unerman, J. (2000). Methodological issues: reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 13 (5):667-680.

Viswanathan, L. (2016). Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: Evidence from Indian Capital Market. *Asian Journal of Empirical Research*. 6(9):240-248.

Waddock, S.A., & Graves, S.B. (1997). The Corporate Social Performance - Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, 18(4):303-319.

Weber, R.P. (1988). *Basic Content Analysis, Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences*. Series No.07-049, Sage, London.

Wibisono, M., Darmadji, S.H., & Sutanto, A.C. (2014). Hubungan Antara *Corporate Social Performance (CSP)* dan *Corporate Financial Performance (CFP)* Pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(1).

Wilmshurst, T.D., & Frost, G. (2000). Corporate Environmental Reporting: A Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(1):10-26.

Yang, FJ., Lin, CW.L., & Chang, YN. (2010). The linkage between corporate social performance and corporate financial performance. *African Journal of Business Management*, 4(4):406-41.