

Hubungan Kausalitas Antara Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Desy Ayu Trianingsih

Universitas Prasetiya Mulya

Raihan Rahadi

Universitas Prasetiya Mulya

Retno Yuliati

Universitas Prasetiya Mulya

retno.yuliati@pmbms.ac.id

Arief Rijanto

Universitas Prasetiya Mulya

Abstract

This research aims to examine the causality relationship between corporate profitability and Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure. This is the first study in Indonesia context that investigate the causality relationship between profitability and CSR disclosure using Granger Causality. The sample consists of 227 non-financial companies listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2010-2015 using purposive sampling method. The results of this research show that 1) Profitability has a significant positive effect on CSR disclosure; 2) CSR disclosure has no significant effect on profitability; 3) There is no causality relationship between profitability and CSR disclosure using Granger Causality. This study also proved that there was no causal relationship between profitability and CSR disclosure. The results of this research may support previous research, such as a research that has been done by Hirigoyen and Poulain-Rehm (2015). The CSR disclosure in this study is based on the presence or the absence of CSR disclosure without analyzing the quality feature of the CSR. This study was hoped to be able to raise an awareness for company's management and regulators on the importance of CSR disclosure for the stakeholders. The small number of CSR activities in Indonesia found in this study should prompt Indonesian government to enforce strict laws and regulations related to the obligation to conduct CSR disclosure.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, Global Reporting Initiative (GRI), Granger Causality, profitability.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan kausalitas antara profitabilitas perusahaan dan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Penelitian ini merupakan penelitian pertama di Indonesia yang menguji hubungan kausal antara profitabilitas dan pengungkapan CSR dengan menggunakan granger causality. Sampel penelitian terdiri dari 227 perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2010-2015 dengan metode purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR; 2) Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas; 3) Tidak adanya hubungan kausalitas antara profitabilitas dan pengungkapan CSR dengan menggunakan metode Granger Causality. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hirigoyen dan Poulain-Rehm (2015). Keterbatasan penelitian ini adalah pada pengukuran CSR yang diukur berdasarkan tingkat pengungkapannya, bukan pada kualitas kegiatan CSR itu sendiri. Hasil penelitian berguna sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan mengenai pentingnya pengungkapan CSR bagi stakeholder. Rendahnya pengungkapan CSR yang ada di Indonesia hendaknya mendorong pemerintah untuk memberlakukan peraturan hukum yang tegas serta menerapkan reward dan punishment untuk meningkatkan tingkat pengungkapan CSR.

Kata kunci: *Pengungkapan CSR, Global Reporting Initiative (GRI), Granger Causality, Profitabilitas.*

1. Pendahuluan

Selama dekade terakhir, CSR (Corporate Social Responsibility) semakin populer digunakan oleh perusahaan di Indonesia sebagai salah satu strategi manajemen untuk memperbaiki perusahaan secara keseluruhan. Strategi manajemen yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas, competitive advantage, kepuasan para pekerja dan juga reputasi dari perusahaan tersebut (Michel dan Buler, 2016). Hal ini juga didukung oleh Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta Peraturan Pemerintah nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012). Undang-undang tersebut menyatakan bahwa seluruh perusahaan wajib untuk melaksanakan kegiatan CSR.

Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan juga diiringi dengan pengungkapan atas kegiatan tersebut pada laporan keuangan. Karena, dengan pengungkapan CSR, perusahaan akan memiliki citra baik dimata konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen (Nguyen & Leblanc, 2001) dan tentunya loyalitas konsumen ini dapat berkontribusi pada profitabilitas perusahaan (Hallowell, 1996). Hubungan antara CSR dan profitabilitas dapat dilihat dari dua sisi. Sisi pertama, hubungan ini dapat dilihat dari bagaimana kegiatan CSR dapat mempengaruhi profitabilitas. Dan di sisi lain, profitabilitas juga dapat mempengaruhi kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Penelitian Balbanis, Phillips, dan Lyall (1998) dan Neiling dan Webb (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berkorelasi positif dengan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan. Penelitian yang dilakukan Lin, Yang dan Liou (2009) juga menyatakan bahwa kegiatan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap performa finansial perusahaan walaupun dampaknya tidak terlalu berpengaruh dalam jangka pendek. Sebaliknya, penelitian dari Makni, Francoeur, and Bellavance (2009) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap financial performance atau profitabilitas.

Dari sisi yang lain, penelitian terdahulu juga menyatakan bahwa profitabilitas dari Perusahaan mempengaruhi kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Stanwick dan Stanwick (1998) menemukan bahwa CSR dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas dari suatu perusahaan. Penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas dari perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula kegiatan CSR yang dimiliki oleh perusahaan. Namun ada pula penelitian yang dilakukan Belkaoui dan Karpik (1989) dan Purwanto (2011), menyatakan bahwa adanya hubungan

negatif antara profitabilitas dan CSR.

Hubungan kausal antara CSR dan Profitabilitas sudah pernah diteliti oleh beberapa peneliti terdahulu yaitu Waddock dan Graves (1997), Nelling dan Webb (2009) dan Makni et al. (2009). Waddock dan Graves (1997) menggunakan metode statistik tradisional untuk melihat hubungan kausal antara kinerja sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Dalam penelitian tersebut dinyatakan adanya hubungan positif dari kedua variabel tersebut dan ditemukan adanya hubungan kausal. Nelling dan Webb (2009) juga menguji hubungan kausal CSR dan profitabilitas dengan menggunakan pendekatan Granger Causality. Mereka menemukan adanya hubungan kausalitas antara CSR dan profitabilitas dengan menggunakan model regresi Ordinary Least Square (OLS). Mereka juga menguji dengan menggunakan pendekatan time series fixed effect, dan menemukan adanya hubungan kausalitas yang lebih lemah dibandingkan dengan menggunakan pendekatan OLS. Begitupula dengan menggunakan Granger Causality dan ditemukannya hubungan kausalitas yang lebih lemah dibandingkan dengan metode OLS. Hal yang serupa dapat di temukan dari penelitian yang dilakukan oleh Makni et al. (2009) yang menemukan bahwa tidak adanya hubungan kausalitas antara kinerja sosial dan kinerja perusahaan.

Penelitian-penelitian sebelumnya menghasilkan temuan yang beragam dan tidak konsisten (Waddock dan Graves, 1997; Nelling dan Webb, 2009; dan Makni et al., 2009), sehingga menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut tentang hubungan kausalitas antara CSR dan profitabilitas. Apalagi penelitian tentang hubungan kausalitas antara CSR dan profitabilitas ini masih sangat terbatas di Indonesia. Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Menganalisa pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR; (2) Menganalisa pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas perusahaan; (3) Menganalisa hubungan kausalitas antara profitabilitas perusahaan dan pengungkapan CSR dengan menggunakan pendekatan Granger Causality.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Granger Causality untuk menguji hubungan kausalitas antara profitabilitas dan pengungkapan CSR karena berdasarkan Gujarati dan porter (2009), Granger Causality Test digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah X mempengaruhi Y atau Y yang mempengaruhi X. Pada penelitian ini, memuat pertanyaan apakah profitabilitas menyebabkan pengungkapan CSR, atau sebaliknya pengungkapan CSR menyebabkan profitabilitas. Hasil yang didapat bisa saja berbeda dengan penemuan Nelling and Webb (2009) karena perbedaan data (Negara sampel) dan tahun observasi.

2. Landasan Teori

2.1 Stakeholder Theory

Stakeholder Theory merupakan sebuah teori yang menyatakan bahwa perusahaan perlu untuk bertanggung jawab tidak hanya kepada para shareholders, namun juga untuk para stakeholders. Stakeholders dapat diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh tindakan dari suatu bisnis (Freeman, 1984). Sehingga dapat dikatakan bahwa stakeholders merupakan suatu masyarakat atau kelompok yang terlibat dan menerima dampak dari kegiatan operasional perusahaan. Clarkson (1995) menyatakan bahwa tanpa dukungan yang berkelanjutan dari stakeholders, organisasi akan mengalami kesulitan dalam keberlangsungan perusahaan.

Freeman (1984), inisiator dari stakeholder theory, berpendapat bahwa stakeholders theory ini merupakan elemen penting dari CSR. Dewasa ini, banyak perusahaan yang mengklaim bahwa CSR menjadi pusat strategi di dalam perusahaannya. Kegiatan CSR dipandang sebagai bagian dari rencana manajemen strategis suatu perusahaan untuk memenuhi tuntutan stakeholders, sehingga dapat dikatakan wajar bahwa perusahaan melakukan hal tersebut untuk mengharapkan hubungan positif antara stakeholder power dan pengungkapan CSR (Roberts, 1992). Oleh karena itu, stakeholder theory juga menyediakan kerangka teori yang berguna untuk meneliti hubungan antara berbagai karakteristik perusahaan dan pengungkapan CSR.

2.2 Legitimacy Theory

Suchman (1995) menyatakan bahwa legitimasi dapat di anggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Legitimasi juga di ketahui sebagai proses yang membuat dan menvalidasi tatanan normatif masyarakat (Richardson, 1987). Karena pada dasarnya sebuah organisasi memainkan peranan penting dalam masyarakat dan memiliki tanggung jawab untuk diakui juga di dalam masyarakat. Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah dan kelompok masyarakat (Gray, Owen, & Adams, 1996). Dengan kata lain, teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan aktivitas yang dilakukannya agar dapat diterima oleh masyarakat dan lingkungan. Laporan tahunan merupakan salah satu tindakan perusahaan untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan untuk mendapatkan legitimasi atau dengan kata lain dapat diterima oleh masyarakat. Penerimaan dari masyarakat ini tentu mengharapkan

peningkatan nilai perusahaan yang berujung peningkatan laba bagi perusahaan.

CSR merupakan komunikasi yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat untuk memperoleh keuntungan atau mendapatkan legitimasi. Perusahaan akan selalu berusaha melakukan kegiatan operasinya sesuai dengan norma-norma atau nilai yang berlaku yang di buat oleh masyarakat. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Kinerja perusahaan tidak hanya di ukur dari laba yang dihasilkan perusahaan tetapi ukuran kerja lainnya yang berkaitan dengan berbagai pihak yang berkepentingan, oleh karena itu untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan memiliki insentif untuk melakukan kegiatan sosial yang diharapkan oleh masyarakat di sekitar kegiatan operasional perusahaan (Harsanti, 2011).

2.3 Pengembangan Hipotesis

Hubungan antara Profitabilitas Perusahaan dan Pengungkapan CSR

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu faktor yang membuat perusahaan dengan bebas untuk melakukan dan mengungkapkan program CSR kepada shareholders (Hackston dan Milne, 1996). Dikarenakan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin banyak sumber daya yang dapat digunakan untuk melakukan dan mengungkapkan CSR. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka semakin besar pula pengungkapan informasi CSR yang telah dilakukan (Anggraini, 2006; Hossain, Islam, & Andrew 2006; Nurkhin, 2010). Dengan meningkatkannya profitabilitas dari perusahaan, maka cadangan dana untuk mengungkapkan kegiatan CSR akan semakin besar dikarenakan biaya untuk pelaksanaan kegiatan CSR sudah tersedia. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Stanwick dan Stanwick (1998) yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara profitabilitas terhadap kegiatan CSR. Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa profitabilitas perusahaan mendorong manajemen untuk mengimplementasikan program-program yang dapat meningkatkan level CSR perusahaan (Stanwick dan Stanwick, 1998). Sebaliknya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) dan Purwanto (2011) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap kegiatan CSR dari perusahaan. Penelitian dari Pambudi (2015) juga menemukan hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya walaupun perusahaan memiliki sumber daya untuk melakukan pengungkapan lingkungan dengan baik.

Berdasarkan legitimacy theory, perusahaan diharuskan untuk mendapatkan legitimasi untuk dapat di terima oleh masyarakat sekitar. Salah satu cara

yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan tahunannya. Dengan meningkatkannya profitabilitas dari perusahaan, maka cadangan dana untuk mengungkapkan kegiatan CSR akan semakin besar dikarenakan biaya untuk pelaksanaan kegiatan CSR telah tersedia. Sehingga pengungkapan CSR dalam laporan tahunan akan semakin luas. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

Hubungan antara Pengungkapan CSR dan Profitabilitas Perusahaan

Pengungkapan CSR merupakan salah satu faktor yang berkontribusi dalam peningkatan kinerja dari suatu perusahaan (Yusoff, Mohamad, and Darus, 2013). Rodriguez-Fernandez (2016) menyatakan bahwa semakin tinggi suatu perusahaan menunjukkan kegiatan CSR maka akan memberikan dampak terhadap reputasi perusahaan tersebut. Sehingga dengan meningkatnya reputasi perusahaan, maka akan menimbulkan kepercayaan dari masyarakat dan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Angelia dan Suryaningsih (2015) juga mengatakan bahwa perusahaan yang melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR-nya maka akan mendapatkan respon yang lebih baik dari publik. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan meningkatkan pengungkapan kegiatan CSR, maka perusahaan dapat meningkatkan pula reputasi perusahaan yang salah satunya dapat dilihat dari profitabilitas perusahaan tersebut dan juga respon publik yang meningkat.

Chen, Feldmann, and Tang (2015) menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara CSR terhadap profitabilitas. Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR sesuai dengan indikator yang telah ditentukan maka akan mengalami kinerja keuangan yang baik. Begitupula dengan penelitian Angelia dan Suryaningsih (2015) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan (ROE). Namun beberapa penelitian terdahulu juga menyatakan bahwa adanya hubungan negatif antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas, seperti penelitian yang diungkapkan oleh Lin et al. (2009). Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa kegiatan CSR tidak menyebabkan peningkatan profitabilitas jangka pendek dari perusahaan, namun memungkinkan untuk mengurangi risiko kerusakan lingkungan hingga meningkatkan *brand evaluation* dalam jangka panjang.

Berdasarkan *stakeholder theory*, perusahaan mengharuskan untuk memenuhi tuntutan para *stakeholders* yaitu kelompok dalam lingkungan luar yang terkena dampak dari tindakan dan keputusan Perusahaan. Salah satu cara yang dapat dil-

akukan oleh perusahaan dengan melakukan kegiatan CSR yang dimana hal ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan adanya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka para stakeholders dapat mengevaluasi dan menilai sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dari para stakeholders (Putri dan Christiawan, 2014). Dengan pengungkapan CSR, perusahaan akan memiliki citra baik dimata konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen (Nguyen & Leblanc, 2001) dan tentunya loyalitas konsumen ini dapat berkontribusi pada profitabilitas perusahaan (Hallowell, 1996). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2 : Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

Hubungan Kausalitas antara Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Pendekatan Granger Causality.

Hubungan dua arah atau hubungan kausal antara CSR dan profitabilitas sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Waddock dan Graves (1997) yang menggunakan metode statistik tradisional ditemukan adanya hubungan positif dari kedua variabel CSR dan profitabilitas tersebut dan ditemukan adanya hubungan kausal. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Nelling dan Webb (2009) yang juga menguji hubungan kausal CSR dan profitabilitas dengan menggunakan pendekatan OLS dan Granger Causality. Mereka menemukan adanya hubungan kausalitas antara CSR dan profitabilitas dengan menggunakan model regresi OLS, namun menemukan adanya hubungan kausalitas yang lebih lemah dengan menggunakan metode Granger Causality. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Makni et al. (2009) menemukan bahwa tidak adanya hubungan kausalitas antara kinerja sosial dan kinerja perusahaan.

Hubungan dua arah antara pengungkapan kegiatan CSR dan profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode Granger Causality. Metode ini dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan timbal balik dari pengungkapan kegiatan CSR dan profitabilitas. Sehingga dari metode ini dapat dilihat apakah kegiatan CSR dan profitabilitas saling mempengaruhi atau hanya salah satu variabel saja yang mempengaruhi variabel lainnya. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3 : Adanya hubungan kausalitas antara Profitabilitas perusahaan dan Pengungkapan CSR Perusahaan dengan pendekatan Granger Causality.

3. Metode Penelitian
3.1 Data dan Sampel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Kategori Variabel	Definisi	Proksi
Profitabilitas	Profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur dengan melihat tingkat pengembalian dari aset yang dimiliki oleh perusahaan	$Return\ on\ Asset\ (ROA) = \frac{Net\ Income}{Total\ Assets}$
Pengungkapan CSR	Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan indikator GRI 3.1 yang terdiri dari 84 indikator yang di bagi ke dalam 6 dimensi.	$CSR = \frac{Total\ item\ yang\ diungkapkan}{84}$
Ukuran Perusahaan	Ukuran Perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek dimana salah satunya dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki oleh Perusahaan. Dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan total aset yang dimiliki Perusahaan.	$SIZE = Total\ Asset$
Leverage	Leverage digunakan untuk melihat proporsi atas penggunaan untuk membiayai investasinya. Dalam penelitian ini digunakan <i>Debt to Asset Ratio</i> .	$DAR = \frac{Total\ Debt}{Total\ Asset}$
Umur Perusahaan	Umur Perusahaan untuk menunjukan seberapa lama perusahaan tersebut telah menjalankan kegiatan usahanya.	$AGE = (Tahun\ Penelitian - Tahun\ Berdiri)$

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pada laporan tahunan dari tahun 2010 hingga tahun 2015 yang tersedia dalam website perusahaan, website BEI, dan data indikator pengungkapan CSR berdasarkan GRI.

3.2 Variabel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan kausalitas antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, sehingga profitabilitas berlaku sebagai variabel independen dan pengungkapan CSR berlaku sebagai variabel dependen. Begitu juga sebaliknya, pengungkapan CSR berlaku sebagai variabel independen dan profitabilitas berlaku sebagai variabel dependen. Variabel kontrol yang digunakan dalam

penelitian ini adalah ukuran perusahaan, leverage, dan umur perusahaan sebagai variabel kontrol. Operasionalisasi variabel secara ringkas dapat ditemukan pada Tabel 1.

3.3 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan model penelitian regresi berganda untuk menguji hipotesis satu dan dua, dan juga menggunakan *Granger Causality Test* untuk menguji hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat pada hipotesis tiga. Model tersebut dipilih karena sesuai dengan kegunaannya yaitu untuk menguji adanya hubungan antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dan pengungkapan CSR terhadap profitabilitas. Penelitian ini menggunakan dua model yang berisikan dua persamaan yang mengukur pengaruh dari

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Obs.	Mean	Std. Dev	Min.	Max.
CSR	1362	0.1176054	0.0820511	0.011905	0.52381
ROA	1362	4.803718	10.71853	-111.4875	57.66843
DAR	1362	0.2910169	0.322362	0	4.642536
SIZE	1362	9113960	1.98000	10194.55	245000000
AGE	1362	35.15198	20.27108	2	156

Tabel 3. Statistik Deskriptif Pengungkapan CSR per Industri

Industri	Jumlah Perus-	Jumlah Ob-	Mean	Min.	Max.
Sumber Daya Alam	33	198	0.1647426	0.02381	0.52381
Manufaktur	93	558	0.1086253	0.01190	0.40476
Jasa	101	606	0.1123570	0.01190	0.46428

profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dan pengungkapan CSR terhadap profitabilitas. Berikut adalah persamaan model dalam penelitian ini:

Model penelitian pertama (1):

$$CSR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it-1} + \beta_2 ROA_{it-1} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 DAR_{it} + \beta_5 AGE_{it} + \epsilon_{it}$$

Model penelitian kedua (2):

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{it-1} + \beta_2 CSR_{it-1} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 DAR_{it} + \beta_5 AGE_{it} + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

- ROA = Return on Asset
- CSR = Pengungkapan CSR
- ROA_{it-1} = Return on Asset tahun sebelumnya
- CSR_{it-1} = Pengungkapan CSR tahun sebelumnya
- SIZE = Ukuran Perusahaan
- DAR = Debt to Asset Ratio
- AGE = Umur Perusahaan

- ϵ_{it} = Error
- i = 1,2, ..., N (Perusahaan)
- t = 1,2, ..., T (Tahun)

3.4 Metode Analisis

Pengolahan data dan analisis data untuk model penelitian pertama dan kedua dengan menggunakan program Stata 13 dengan metode *multiple regression* dan melakukan pengolahan data dan analisis data untuk melihat hubungan kausalitas dengan menggunakan program Eviews. Metode analisis terdiri dari: statistik deskriptif, uji pemilihan model, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan *granger causality*.

4. Analisis Dan Pembahasan

4.1 Statistik Deskriptif

Tabel 4. Statistik CSR Berdasarkan Kategori Pengungkapan dan Sektor Industri

Industri	Sektor	Economic			Environmental			Social : Labor Practices and Decent Work			Social : Human Rights			Social : Society			Social : Product Responsibility		
		Mean	Min.	Max.	Mean	Min.	Max.	Mean	Min.	Max.	Mean	Min.	Max.	Mean	Min.	Max.	Mean	Min.	Max.
Sumber Daya Alam	Pertanian	0.036	0.012	0.083	0.033	0	0.191	0.030	0	0.071	0	0	0	0.012	0	0.036	0.011	0	0.048
	Pertambangan	0.044	0.012	0.095	0.054	0	0.274	0.053	0	0.143	0.003	0	0.060	0.017	0	0.048	0.015	0	0.071
	Total (industri sumber daya alam)	0.080	0.024	0.179	0.087	0	0.464	0.083	0	0.214	0.003	0	0.060	0.028	0	0.083	0.026	0	0.119
Manufaktur	Industri Dasar & Kimia	0.029	0.012	0.060	0.028	0	0.155	0.030	0	0.107	0.002	0	0.036	0.011	0	0.048	0.011	0	0.048
	Aneka Industri	0.023	0.012	0.048	0.019	0	0.131	0.026	0	0.083	0.001	0	0.024	0.009	0	0.048	0.009	0	0.036
	Industri Barang Konsumsi	0.034	0.012	0.083	0.027	0	0.143	0.035	0	0.119	0.000	0	0.012	0.010	0	0.024	0.013	0	0.048
	Total (industri manufaktur)	0.087	0.036	0.190	0.074	0	0.429	0.090	0	0.310	0.004	0	0.071	0.030	0	0.119	0.033	0	0.131
Jasa	Property, Real Estate dan Konstruksi Bangunan	0.031	0.012	0.071	0.021	0	0.119	0.042	0	0.107	0.003	0	0.048	0.010	0	0.060	0.012	0	0.036
	Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi	0.030	0.012	0.071	0.032	0	0.143	0.041	0	0.131	0.002	0	0.036	0.017	0	0.048	0.011	0	0.107
	Perdagangan, Jasa dan Investasi	0.031	0.012	0.071	0.014	0	0.131	0.030	0	0.107	0.001	0	0.024	0.007	0	0.036	0.010	0	0.048
	Total (industri jasa)	0.092	0.036	0.214	0.068	0	0.393	0.112	0	0.345	0.006	0	0.107	0.035	0	0.143	0.034	0	0.190
Total	0.259	0.095	0.583	0.229	0	1.286	0.286	0	0.869	0.013	0	0.238	0.093	0	0.345	0.093	0	0.440	

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Model 1 (CSR sebagai dependen)

Jumlah Observasi : 1135		Prob > F = 0.0000	
Jumlah Kelompok : 227		Within R-Square = 0.6318	
CSR	Coefficient	Std. Error	t
ROA(t-1)	.0000325	9.83e-06	3.34
DAR	.0260316	.0161894	1.64
AGE	.058461	.0097206	6.01
SIZE	-4.49e-09	8.71e-10	-5.03
CSR(t-1)	.5528739	.0852301	6.49
Cons	-3.029555	.5241348	-5.78
Keterangan: * Signifikan pada 10%, ** Signifikan pada 5%, *** Signifikan pada 1%			

Berdasarkan tabel 2 berikut nilai rata-rata variabel CSR adalah 0.1176054, hal ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya masih tergolong rendah. Rata-rata perusahaan hanya mengungkapkan 11, 76% indikator dari keseluruhan indikator pengungkapan GRI 3.1. Dapat diartikan bahwa perusahaan di Indonesia rata-rata hanya mengungkapkan 10 dari 84 indikator. Variabel CSR memiliki nilai minimum 0.011905 atau 1,1% yang salah satunya dimiliki oleh perusahaan PT Sucaco Tbk yang bergerak di industri kabel. Di sisi lain, nilai maksimum dari variabel CSR yaitu sebesar 0.52381 atau 52,38% atau sekitar 44 indikator yang diungkapkan oleh PT Elnusa yang bergerak di industri pertambangan.

Dalam tabel 3 diatas menunjukkan statistik deskriptif dari pengungkapan CSR yang digolongkan berdasarkan masing-masing industri. Rata-rata tertinggi pengungkapan CSR dilakukan oleh perusahaan yang berada di industri sumber daya

alam yaitu sebesar 0.164742682 atau 16,47% dari keseluruhan 84 indikator pengungkapan CSR dalam GRI 3.1. Industri sumber daya alam cenderung mengungkapkan kegiatan CSR lebih tinggi karena didukung oleh Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 yang berisi tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal tersebut dinyatakan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.”

Tabel 4 tersebut menunjukkan pengungkapan CSR berdasarkan kategori pengungkapan dan sektor di setiap industri. Rata-rata pengungkapan dalam kategori praktik tenaga kerja dan ekonomi lebih tinggi dibandingkan dengan kategori lainnya. Hal ini menandakan bahwa rata-rata perusahaan lebih tertarik untuk mengungkapkan dalam kategori praktik tenaga kerja dan ekonomi dalam laporan tahunannya. Hasil dari pengungkapan CSR berdasarkan kategori ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Loh, Thao, Sim, Thomas, and Yu

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Model 2 (ROA sebagai dependen)

Jumlah <u>Observasi</u> : 1135		Prob > F = 0.0000		
Jumlah Kelompok : 227		Within R-Square = 0.1583		
ROA	Coefficient	Std. Error	t	P > t
CSR(t-1)	.2871558	.3100808	0.93	0.355
DAR	-12.32501	1.2422	-9.92	0.000***
AGE	-.8655296	.1242272	-6.97	0.000***
SIZE	-2.19e-08	2.71e-08	-0.81	0.419
ROA(t-1)	.0065446	.0013788	4.75	0.000***
Cons	39.18188	4.2868	9.14	0.000
Keterangan: * Signifikan pada 10%, ** Signifikan pada 5%, *** Signifikan pada 1%				

Tabel 7. Hasil Granger Causality

Null Hypothesis	F-Statistic	Prob.
ROA(t-1) does not Granger Cause CSR	0.83311	0.3769
CSR(t-1) does not Granger Cause ROA	0.61254	0.4283

* Signifikan pada 5%

(2016) yang meneliti mengenai pengungkapan CSR di negara ASEAN yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa perusahaan-perusahaan Indonesia lebih banyak mengungkapkan dalam kategori Ekonomi dan Sosial dibandingkan kategori Lingkungan dengan menggunakan indikator GRI. Banyaknya perusahaan yang tidak menginformasikan lebih luas mengenai dampak lingkungan atau upaya untuk menguranginya bisa terjadi dikarenakan kurangnya upaya yang dilakukan oleh perusahaan sehingga akan mencerminkan reputasi negatif bagi perusahaan mereka.

4.2 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Model 1 (CSR sebagai dependen)

Analisa regresi berganda dalam model 1 ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Dapat dilihat dari tabel 5, R-square dari penelitian ini adalah 0.6318, yang menandakan bahwa variabel independen memiliki hubungan 63% terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 5 diatas, ROA(t-1) terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR ($p < 0.01$). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR, artinya H1 diterima. Selain itu, variabel control yang digunakan dalam model ini adalah DAR, AGE, SIZE, dan CSR(t-1). Dari keempat variable control tersebut, hanya variabel DAR yang tidak signifikan mempengaruhi CSR ($p > 0.1$).

Uji Hipotesis Model 2 (ROA sebagai dependen)

Model 2 digunakan untuk menguji hipotesis ke 2 dengan ROA sebagai variabel dipenden. Analisa regresi berganda dalam model 2 ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas. Dilihat dari hasil uji model 2 pada tabel 6, CSR(t-1) tidak berpengaruh terhadap ROA ($\beta = 0.28, p > 0.1$). Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, berarti hipotesis 2 ditolak. Selain itu, variabel control yang digunakan dalam model ini adalah DAR, AGE, SIZE, dan ROA(t-1). Dari keempat variable control tersebut, hanya variabel SIZE yang tidak signifikan mempengaruhi ROA ($p > 0.1$).

Uji Hipotesis Granger Causality

Sebelum melakukan pengujian granger causality, perlu dilakukan penentuan lag optimal dari variabel-variabel penelitian dengan

menggunakan metode Vector Auto Regression (VAR). Hasil dari uji tersebut menunjukkan lag 1, maka dari itu penelitian ini memiliki lag optimal 1. Dari hasil penelitian diatas, ditemukan bahwa hipotesis nol untuk ROA (Return on Asset) mempengaruhi CSR, ditemukan hasil bahwa probabilitas ($0.3769 > (0.05)$) pada Lag 1. Hal ini dapat diartikan bahwa H0 tidak ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ROA tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Dalam tabel 7 dapat dilihat juga hipotesis nol untuk pengungkapan CSR mempengaruhi ROA (Return on Asset) ditemukan hasil probabilitas ($0.4283 > (0.05)$) pada Lag 1. Seperti hasil yang sebelumnya, H0 tidak ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR tidak mempengaruhi ROA. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ditemukan hubungan kausalitas antara profitabilitas dan pengungkapan CSR.

4.3 Pembahasan

Pengaruh ROA terhadap Pengungkapan CSR

Dari hasil penelitian, maka dapat diartikan bahwa semakin tinggi ROA pada tahun sebelumnya, maka semakin tinggi pengungkapan CSR pada tahun berikutnya. Hasil uji hipotesis ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula pengungkapan CSR perusahaan. Hasil ini dapat mendukung penelitian dari Nelling dan Webb (2009) yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pengungkapan CSR di semua metode yang digunakan dalam penelitian tersebut. Penelitian dari Stanwick dan Stanwick (1998) dan Chen et al. (2015) juga mendapatkan hasil yang sama dengan hasil dari model 1 dalam penelitian ini yaitu financial performance mempengaruhi pengungkapan CSR dengan menggunakan GRI sebagai indikator CSR-nya.

Penelitian ini juga mendukung teori stakeholder, dimana teori itu mengatakan bahwa perusahaan harus memberikan tanggung jawab untuk stakeholder mengenai aktivitas yang bersifat wajib maupun aktivitas sukarela. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula cadangan dana yang dimiliki oleh perusahaan untuk bisa melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkan kegiatan CSR. Hal tersebut akan memicu non-market stakeholders untuk mendorong perusahaan melakukan tanggung jawab sosial untuk mengatasi

permasalahan lingkungan dan sosial. Hasil dari penelitian ini juga mendukung teori legitimacy, dimana teori tersebut mengatakan bahwa nilai dari sebuah organisasi dan nilai dari masyarakat harus kongruen untuk menjaga keberlangsungan dari perusahaan (Chen dan Roberts, 2010). Dengan begitu, CSR merupakan alat dari perusahaan untuk bertindak sebagaimana nilai dari masyarakat atau lingkungan. Pengungkapan CSR juga merupakan bukti dari perusahaan melakukan usaha untuk menyesuaikan nilai dari perusahaan dengan nilai-nilai dari sosial masyarakat.

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap profitabilitas

Hasil dari penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh Bidhari, Salim dan Aisjah (2013) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Namun, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Angelia dan Suryaningsih (2015) dan Lindrawati (2008) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian Lin et al. (2009) menyatakan bahwa pengungkapan kegiatan CSR tidak menyebabkan peningkatan profitabilitas jangka pendek dari perusahaan, namun memungkinkan untuk mengurangi risiko kerusakan lingkungan sehingga dapat meningkatkan brand evaluation dalam jangka panjang. Sehingga pengungkapan dari kegiatan CSR akan memberikan citra baik bagi perusahaan dalam jangka waktu panjang. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang dimana untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan lingkungan sekitar, perusahaan perlu untuk menimbulkan citra baik yang bisa didapatkan dengan mengungkapkan kegiatan CSR.

Dalam teori stakeholder, Kegiatan CSR dipandang sebagai bagian dari rencana manajemen strategis suatu perusahaan untuk memenuhi tuntutan stakeholder. Rendahnya pengungkapan kegiatan CSR dalam laporan tahunan perusahaan di Indonesia mengakibatkan kurangnya informasi bagi para stakeholder untuk melihat kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana kepuasan stakeholder dapat menjadi peran penting bagi peningkatan kegiatan ekonomi dari perusahaan. Sehingga hal tersebut mengakibatkan tidak terjadinya engagement antara konsumen dan perusahaan yang dapat membuat pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Hubungan Kausalitas antara Profitabilitas dan Pengungkapan CSR

Hasil dari pengujian hubungan kausalitas antara pengungkapan CSR dan profitabilitas ini sesuai dengan penelitian dari Hirigoyen dan Poulain-Rehm (2014) dengan hasil tidak signifikan untuk semua jenis pengukuran profitabilitas. Hasil yang tidak signifikan ini juga didukung oleh beberapa peneliti seperti Makni et al. (2009) dan

Nelling&Webb (2009) dimana dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa tidak ada hubungan kausalitas antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas dengan menggunakan metode granger causality. Namun ada pula penelitian tanpa menggunakan pendekatan granger causality yang memiliki hasil beragam dan hasil yang berbeda dengan hasil dari pendekatan granger causality.

Penelitian Hirigoyen dan Poulain-Rehm (2014) menyatakan adanya hubungan antara profitabilitas terhadap pengungkapan CSR sedangkan tidak ada hubungan pengungkapan CSR terhadap profitabilitas dengan menggunakan fixed effect model. Saat menggunakan granger causality, tidak adanya hubungan kausalitas maupun hubungan satu arah baik dari hubungan profitabilitas terhadap CSR maupun hubungan CSR terhadap profitabilitas. Sedangkan pada penelitian Neiling & Webb (2009), ditemukannya kesesuaian antara kedua pendekatan statistik yaitu adanya hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR dan tidak adanya hubungan untuk pengungkapan CSR terhadap profitabilitas. Meskipun begitu, hasil dari penelitian tersebut tetap memberikan hasil bahwa tidak adanya hubungan kausalitas antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas.

Perbedaan hasil dari cara pendekatan kedua alat statistik terjadi dikarenakan adanya perbedaan cara pengolahan data antara regresi dengan menggunakan model fixed effect dengan menggunakan metode granger causality. Peraturan mengenai regulasi CSR di Indonesia membuat perusahaan-perusahaan di Indonesia merubah penerapan CSR dari secara voluntary menjadi mandatory yang membuat relevansi tingkat pengungkapan CSR terhadap karakteristik perusahaan seperti profitabilitas menjadi berkurang (Kamil & Herusetya, 2012).

5. Kesimpulan, Implikasi, dan Keterbatasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa hasil dari uji hipotesis tidak mendukung seluruh hipotesis yang telah ditentukan. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, namun ditemukannya pula pengaruh yang tidak signifikan antara pengungkapan CSR terhadap profitabilitas dari perusahaan. Dalam penelitian ini ditemukan pula bahwa tidak ada hubungan kausalitas antara profitabilitas dan pengungkapan CSR dengan menggunakan metode Granger Causality. Pada penelitian ini ditemukannya bahwa pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia masih tergolong rendah. Hal ini terbukti dengan rendahnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dibandingkan dengan seluruh indikator yang ada. Perusahaan di Indonesia yang mengungkapkan

CSR dengan nilai tertinggi adalah perusahaan yang termasuk ke dalam industri sumber daya alam. Rata-rata pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan di Indonesia melakukan pengungkapan dalam kategori Social: Labor Practices and Decent Work dan Economic berdasarkan indikator GRI 3.1.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dan regulator mengenai pentingnya pengungkapan CSR bagi para stakeholder. Rendahnya pengungkapan kegiatan CSR di Indonesia yang ditemukan dalam penelitian ini sebaiknya mendorong pemerintah untuk memberlakukan peraturan dan hukum yang tegas terkait kewajiban pengungkapan CSR. Reward dan punishment sebaiknya diberlakukan terkait tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Setiap penelitian yang telah dilakukan tentunya tidak lepas dari suatu keterbatasan. Penelitian ini pengungkapan CSR hanya diukur berdasarkan seberapa luas pengungkapan yang dilakukan, tanpa melihat kualitas atau dampak kegiatan CSR tersebut bagi masyarakat sebagai stakeholder. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat mengukur kegiatan CSR berdasarkan kualitas kegiatan dan dampaknya bagi masyarakat.

Daftar Pustaka

Angelia, D. and Suryaningsih, R., (2015). The Effect of Environmental Performance and Corporate Social Responsibility Disclosure Towards Financial Performance (Case Study to Manufacture, Infrastructure, And Service Companies That Listed At Indonesia Stock Exchange). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, pp.348-355.

Anggraini, F.R.R., (2006). Disclosure informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar bursa efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi*, 9, pp.23-26.

Balabanis, G., Phillips, H.C. and Lyall, J., (1998). Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked?. *European Business Review*, 98 (1), pp.25-44.

Belkaoui, A. and Karpik, P.G., (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2(1).

Bidhari, S.C., Salim, U. and Aisjah, S., (2013). Effect of corporate social responsibility information disclosure on financial performance and firm value in banking industry listed at Indonesia stock exchange.

European Journal of Business and Management, 5(18), pp.39-46.

Chen, L., Feldmann, A. and Tang, O., (2015). The relationship between disclosures of corporate social performance and financial performance: Evidences from GRI reports in manufacturing industry. *International Journal of Production Economics*, 170, pp.445-456.

Chen, J.C. and Roberts, R.W., (2010). Toward a more coherent understanding of the organization–society relationship: A theoretical consideration for social and environmental accounting research. *Journal of business ethics*, 97(4), pp.651-665.

Clarkson, M.E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*, 20(1), pp.92-117.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing.

Gray, R., Owen, D. and Adams, C. (1996). *Accounting and Accountability; changes and challenges in corporate social and environmental reporting*, Harlow: Prentice Hall Europe.

Gujarati, D.N. & Porter, D.C. (2009). *Basic Econometrics 5th Edition*. New York: McGraw-Hill.

Hackston, D. and Milne, M.J., (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), pp.77-108.

Hallowell, R. (1996). The relationship of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, 7 (4), 27-42.

Harsanti, P., (2011). *Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi*. Mawas.

Hirigoyen, G. and Poulain-Rehm, T., (2014). Relationships between Corporate Social Responsibility and financial performance: What is the Causality?

Hossain, M., Islam, K. and Andrew, J., (2006). Corporate social and environmental disclosure in developing countries: Evidence from Bangladesh.

Kamil, A. and Herusetya, A., (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*, 2(1).

Lin, C.H., Yang, H.L. and Liou, D.Y., (2009). The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan. *Technology in Society*, 31(1), pp.56-63.

Loh, L., Thao, N.T.P., Sim, I., Thomas, T., Yu, W., (2016). *Sustainability Reporting in ASEAN:*

- State of Progress in Indonesia, Malaysia, Singapore and Thailand 2015. Centre for Governance, Institutions & Organisations NUS Business School.
- Makni, R., Francoeur, C. and Bellavance, F., (2009). Causality between corporate social performance and financial performance: Evidence from Canadian firms. *Journal of Business Ethics*, 89(3), pp.409-422.
- Michel, N., Buler, S.A., (2016). Maximizing the Benefit of Corporate Social Responsibility. How Companies Can Derive benefits from Corporate Social Responsibility. *European Scientific Journal*.
- Nelling, E. and Webb, E., (2009). Corporate social responsibility and financial performance: the “virtuous circle” revisited. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 32(2), pp.197-209.
- Nguyen, N. & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers’ retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8 (4), 227-236.
- Nurkhin, A., (2009). Corporate governance dan profitabilitas; Pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia) (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Pambudi, W.B. and Kiswara, E., (2015). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Tipe Industri Terhadap Environmental Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di PROPER dan BEI Tahun 2011–2013) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Purwanto, A., (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Terhadap Corporate Social Responsibility. *Journal Of Accounting And Auditing*, 8(1), pp.12-29.
- Putri, R.A., and Christiawan, Y.J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR. *Business Accounting Review*, 2(1), pp.61-70.
- Richardson, A.J., (1987). Accounting as a legitimating institution. *Accounting, Organizations and Society*, 12(4), pp.341-355.
- Roberts, R.W., (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory. *Accounting, organizations and society*, 17(6), pp.595-612.
- Rodriguez-Fernandez, M., (2016). Social responsibility and financial performance: The role of good corporate governance. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(2), pp.137-151.
- Stanwick, P.A. and Stanwick, S.D., (1998). The relationship between corporate social performance, and organizational size, financial performance, and environmental performance: An empirical examination. *Journal of business ethics*, 17(2), pp.195-204.
- Suchman, M.C., (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), pp.571-610.
- Waddock, S.A. and Graves, S.B., (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic management journal*, pp.303-319.
- Yusoff, H., Mohamad, S.S. and Darus, F., (2013). The influence of CSR disclosure structure on corporate financial performance: evidence from stakeholders’ perspectives. *Procedia Economics and Finance*, 7, pp.213-220.