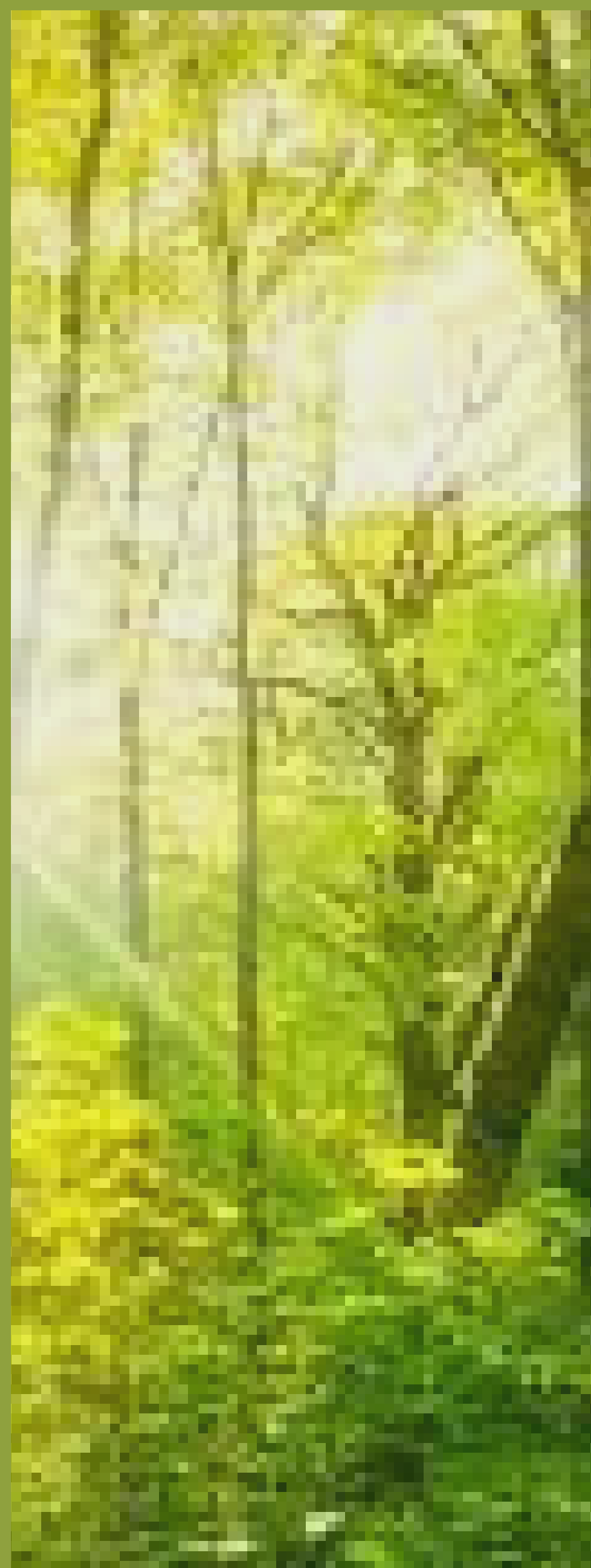
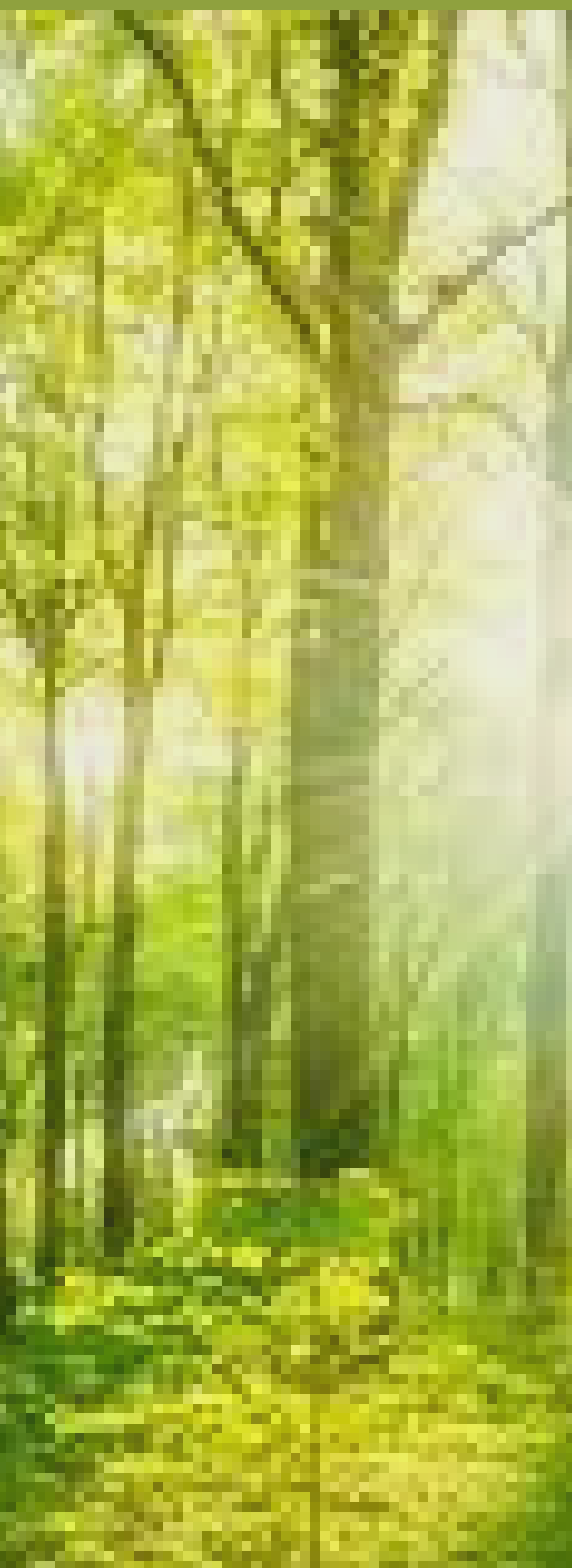


BUKU REFERENSI

KAJIAN IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

RUTH SAMANTHA HAMZAH
EFVA OCTAVINA DONATA GOZALI





KAJIAN IMPLEMENTASI
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

OLEH:

RUTH SAMANTHA HAMZAH
EFVA OCTAVINA DONATA GOZALI

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

Buku Referensi

Kajian Implementasi Corporate Social Responsibility

Ruth Samantha Hamzah, SE., M.Si.

Efva Octavina Donata Gozali, SE., M.Si., Ak., CA.

Editor

Diaz Almalik, SE., MM.

UPT. Penerbit dan Percetakan

Universitas Sriwijaya 2022

Kampus Unsri Palembang

Jalan Srijaya Negara, Bukit Besar Palembang 30139 Telp. 0711-360969

email: unsri.press@yahoo.com, penerbitunsri@gmail.com website: www.unsri.unsripress.ac.id

Anggota APPTI No. 026/KTA/APPTI/X/2015 Anggota IKAPI No. 001/SMS/2009

Cetakan Pertama, 2022, 173 halaman : 21x27 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Sanksi pelanggaran Pasal 72 Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 12 Tahun 1997 Pasal 44 Tentang Hak Cipta

- | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none">1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait, sebagaimana dimaksud ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.00,00 (lima ratus juta rupiah) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Hak Terbit Pada Unsri Press

ISBN: 978-623-399-065-3

KATA PENGANTAR

Kami panjatkan puji dan syukur atas kehadirat-Nya, Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga kami dapat menyelesaikan buku referensi yang berjudul “**Kajian Implementasi Corporate Social Responsibility**”.

Buku referensi ini membahas tentang kajian penerapan *corporate social responsibility* (CSR) baik di Indonesia maupun negara di belahan dunia lain. Konteksnya adalah pemahaman CSR melalui definisi, pengukuran dan secara lebih mendalam buku ini membahas hasil-hasil penelitian mengenai penerapan CSR serta implikasi dan kontribusi yang menyertainya. Buku ini merangkum hasil-hasil penelitian dalam ruang lingkup CSR dari artikel ilmiah internasional dan bereputasi. Sehingga keandalan hasil penelitian yang digunakan sebagai literatur dalam buku ini sah dan dapat dipercaya. Sub-bab yang ada di dalam buku ini terdiri dari pengertian CSR, CSR di Indonesia, CSR pada perusahaan, CSR di negara berkembang, dan CSR dalam perspektif global. Buku ini juga menyertakan *future trends* yang dapat dijadikan informasi kepada para pembaca mengenai isu-isu terkini dan masa depan mengenai CSR.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan dalam penyusunan buku referensi ini. Oleh karena itu, kami mengharapkan saran dan masukan untuk perbaikan yang akan datang. Semoga buku referensi ini dapat bermanfaat bagi para penggunanya.

Palembang, April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Kebaruan Penelitian	9
1.3. Rumusan Masalah	10
BAB 2 LANDASAN TEORI	12
2.1. Grand Teori.....	12
2.2. CSR di Indonesia	13
2.2.1. Prinsip Tanggung Jawab Sosial	15
2.2.2. Proses Responsivitas Sosial	16
2.2.3. Hasil Tanggung Jawab Sosial	16
2.3. Penelitian Terdahulu	18
2.3.1. CSR Pada Perusahaan.....	18
2.3.1.1. CSR Dalam Reputasi Perusahaan di Industri Penerbangan.....	18
2.3.1.2. CSR dan Efisiensi Industri Perbankan.....	19
2.3.1.3. CSR Dalam Industri Perbankan Konvensional dan Syariah	21
2.3.1.4. CSR Peningkatan Ekonomi Masyarakat Sebagai Dampak CSR	28
2.3.1.5. CSR Mengkonseptualisasikan CSR dalam Industri Kontruksi dan Hubungannya dengan Pembangunan Berkelanjutan.....	31

2.3.1.6. Persepsi CSR Dalam Industri Perhotelan	33
2.3.1.7. CSR dan Provisi dalam Kredit Perdagangan	35
2.3.1.8. Mengintegrasikan CSR Dengan Media Sosial Untuk Memprediksi Daya Tarik Organisasi	37
2.3.1.9. Penerapan CSR Dalam Budaya Organisasi UMKM	41
2.3.1.10. CSR dan Kinerja Perusahaan : Studi Kasus Pada Industri Perbankan Sub-Saharan Afrika	44
2.3.1.11. CSR dan Keterlibatan Kerja dan Industri Hotel	45
2.3.1.12. Inovasi Bertanggung Jawab Dalam Industri Dalam Hubungan Dengan CSR	48
2.3.1.13. Mengurangi Kelangkaan Tenaga Kerja Terampil melalui Program CSR: Studi di Perusahaan Besar di Indonesia	50
2.3.1.14. Mengevaluasi Pengaruh Komunikasi CSR Terhadap Pelanggan Telepon Seluler	53
2.3.1.15. CSR dan <i>Financial Fraud</i> : Studi Kasus di China.....	56
2.3.1.16. CSR dan Pola Kinerja Perusahaan Publik di Kanada	58
2.3.2. CSR di Negara Berkembang	64
2.3.2.1. CSR di Industri Pertambangan Pada negara Berkembang.....	64
2.3.2.2. Hubungan masyarakat dan CSR di Indonesia.....	67
2.3.2.3. CSR dalam <i>Skilling</i>	70
2.3.2.4. Pengungkapan CSR Dalam Konteks Kelembagaan di Libya	73
2.3.3. CSR Dalam Prespektif Global	79
2.3.3.1. CSR: Wacana, Narasi, Komunikasi	79

2.3.3.2. Seberapa Penting CSR Dalam Riset Bisnis	80
2.3.3.3. CSR, Kepemimpinan Etis, Reputasi, dan Kinerja	82
2.3.3.4. Kontribusi CSR Untuk Pembangunan Berkelanjutan	85
2.3.3.5. CSR, Nilai Perusahaan, dan Resiko Manajemen	87
2.3.3.6. CSR dan Kebangkrutan: Menggali Peran Persaingan Pasar, Modal Intelektual dan Ekuitas	90
2.3.3.7. CSR Dan Reputasi Buruk Perusahaan	93
2.3.3.8. Hubungan CSR, Kinerja dan Prilaku Pekerja yang Pro- Lingkungan	95
2.3.3.9. Korupsi Lokal dan CSR	99
2.3.3.10. CSR dan Inovasi: Studi Internasional	101
2.3.3.11. Konservatisme Akuntansi dan CSR	102
2.3.3.12. Implikasi CSR dan Inovasi	105
2.3.3.13. Tantangan Penerapan CSR Dalam Konteks Hak Asasi Manusia ...	108
2.3.3.14. Pengungkapan CSR dan Pengaruhnya Terhadap Investor Asing ...	109
2.3.3.15. CSR dan Hubungan Dengan Konsumen	112
2.3.3.16. Dampak CSR Pada Advokasi Merek Konsumen	115
2.3.3.17. <i>Environmental</i> CSR (ECSR): Menggali Perannya Terhadap Kesetiaan Pelanggan	117
2.3.3.18. CSR Perusahaan Retail dan Prilaku Konsumen	120
2.3.3.19. CSR dan Kinerja Keuangan Jangka Panjang	122
2.3.3.20. CSR dan Ekonomi Global	125
2.3.3.21. Performa CSR Dalam Menggali Global Retail	128

2.3.3.22. Kolonialitas CSR	132
2.3.3.23. CSR Dalam Kompetisi dan Nilai Perusahaan.....	133
2.4. Kerangka Teoritis	137
BAB 3 METODOLOGI.....	139
3.1. Jenis dan Sumber Data.....	139
3.2. Sampel	139
3.3. Pengukuran dan Definisi Operasional	139
3.4. Teknik Analisis Data	141
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	139
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	144
4.1. Hasil Temuan	144
4.1.2. Statistik Deskriptif	144
4.1.3. Statistik Inferensial	145
4.2. Pembahasan	152
BAB 5 KESIMPULAN.....	155
5.1. Kesimpulan	155
5.1. <i>Future Trends</i>	157
DAFTAR PUSTAKA	159

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman membuat kemajuan ekonomi baik itu negara berkembang maupun maju berkembang sangat pesat. Meningkatnya globalisasi dan munculnya ekonomi berbasis pengetahuan merevolusi arti *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dengan mengubah filosofi dasar dari masyarakat dan bisnis. Praktik CSR mendorong kontemporer bisnis untuk merenungkan dampak sosial yang diiringi dengan aspek ilmu ekonomi. Dengan demikian, perusahaan modern menganggap baik ekonomi maupun aspek sosial penting selama proses pertimbangan dalam pengambilan suatu keputusan (Shahzad, et al., 2021). CSR telah menjadi komponen penting bagi perusahaan, dan untuk hubungan perusahaan dengan karyawan, dengan lingkungan lokal mereka dan dengan pemegang saham. CSR juga membantu perusahaan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Efektivitas strategi CSR perusahaan tergantung pada bagaimana mereka telah mengoperasionalkannya dalam perusahaan mereka, dan strategi dan prinsip-prinsip yang ditegakkan, serta sejauh mana mereka dapat memastikan bahwa aspek CSR yang paling penting untuk ditindaklanjuti dan dilaporkan (Fet & Khudson, 2017).

CSR merupakan sebuah bentuk komitmen pertanggungjawaban atas dampak sosial, ekonomi dan lingkungan agar memberikan kontribusi berupa kemanfaatan kepada masyarakat dan lingkungan. Konsep ini awal mulanya diperkenalkan oleh Bowen pada tahun 1953 sebagai respon atas merebaknya banyak kasus mengenai kerusakan lingkungan hidup dan sosial, e.g., pencemaran lingkungan, polusi, rusaknya habitat hewan dan tumbuhan, yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan atau industri. Hal ini menyebabkan kredibilitas perusahaan di mata masyarakat menjadi buruk (Nayenggita et al., 2019). Karena itu, pada *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) tahun 2002 di Afrika Selatan, CSR disahkan sebagai kewajiban

pelaku bisnis dalam memberikan nilai-nilai serta tujuan yang dicapai masyarakat di tempat perusahaan beroperasi.

Program CSR di Indonesia dikuatkan dengan adanya Undang-undang perseroan terbatas no. 40 tahun 2007 penerapan CSR di Indonesia meningkat dari sisi kualitas maupun kuantitas (Tanudjaja, 2006). Meskipun secara angka, jumlah tersebut masih sangat kecil jika dibandingkan dengan Amerika Serikat, namun peningkatan aktivitas CSR merupakan kabar yang menggembirakan karena mengindikasikan kesadaran akan kewajiban sosial pelaku usaha kepada lingkungan juga masyarakat (Saidi, 2004). Lebih lanjut, pemerintah Indonesia menghimbau setiap perusahaan khususnya BUMN untuk melaksanakan CSR sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri BUMN Nomor 2 Tahun 2017 mengenai Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara (Hereyah & P, 2019). Sehingga, di tahun 2016 Bank Indonesia berkomitmen dalam program CSR di tiga sektor yaitu pemberdayaan Pendidikan, perempuan serta ketahanan pangan. Bank Indonesia merupakan kiblat bagi sektor perbankan di Indonesia dan menjadi mercusuar bagi industri perbankan dalam melaksanakan kegiatan CSR. Pelaksanaan CSR tidak hanya diperuntukan bagi perusahaan yang berhubungan dengan sumber daya alam saja tetapi juga bisa diterapkan dalam aspek sosial yang bertanggung jawab sosial, *discretionary*, dan etis yang dilakukan secara sukarela (Putranto & Kewal, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Mocan et al (2015) menyatakan bahwa praktik CSR di Rumania pada perusahaan perbankan diharapkan dapat meningkatkan sistem ini karena dianggap memberikan beberapa manfaat seperti peningkatan ekonomi, reputasi perusahaan, komunikasi antar perusahaan dan masyarakat, loyalitas karyawan, komitmen organisasi yang meningkat dan dapat menarik peluang yang baru. CSR dapat meningkatkan kinerja perusahaan tetapi perusahaan yang besar akan menghadapi tantangan dalam menggapai penyebab sosial dan penghapusan biaya sosial serta biasanya juga akan diawasi dengan kebijakan dan peraturan pemerintah secara ketat namun semuanya tersebut tergantung pada perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab lainnya. Oleh sebab itu, inilah alasan dengan melaksanakan CSR dalam jangka

Panjang akan memperoleh keuntungan dan menghasilkan surplus (Adegbola, 2014). Penggunaan CSR masih belum dipelajari di Vietnam serta hanya dilakukan oleh beberapa perusahaan yang dilakukan secara serderhana (Thi et al., 2021; Vuong et al., 2021). Praktik CSR pada di Nigeria masih jarang dilakukan (Oyewumi et al., 2018). Sektor perbankan di turki telah banyak menggunakan program CSR tetapi mereka mengharapkan adanya aplikasi yang luas untuk perbankan (Akin & Yilmaz, 2016). Dapat disimpulkan bahwa manfaat menerapkan CSR dapat menambah profit perusahaan, adanya praktik sehat karyawan, tanggung jawab perusahaan mengenai lingkungan serta dapat menilai baik buruknya suatu perusahaan.

Stakeholder adalah orang atau sekelompok orang yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan ataupun operasi suatu perusahaan, dimana kelompok-kelompok stakeholder ini meliputi pemegang saham, karyawan, kreditor, pemasok dan masyarakat (Aryati, 2016) CSR merupakan suatu filosofi dimana bisnis secara sukarela menggabungkan sosial dan lingkungan, serta memungkinkan bisnis untuk membangun citra perusahaan yang positif baik eksternal maupun internal untuk memaksimalkan keuntungan dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka (Nguyen et al., 2021). CSR adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis serta beroperasi secara legal dan memberikan kontribusi bagi peningkatan ekonomi, meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal masyarakat luas pada umumnya (Rokhlinasari, 2015).

Dengan menerapkan CSR yang baik, perusahaan dapat memperoleh keuntungan tambahan yang berasal dari peningkatan kepuasan para pemangku kepentingannya (Darmawati, 2015). Penting bagi suatu perusahaan untuk melakukan kinerja perusahaan agar dapat mengetahui pencapaian yang telah dilakukan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan (Lyris & Rosidi, 2021). Menurut Penelitian yang dilakukan Darmawati (2015) bahwa CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan perbankan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putranto & Kewal (2017) yang menunjukkan bahwa CSR

berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan perbankan, hal ini membuktikan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial akan memiliki citra yang positif di mata masyarakat khususnya stakeholder sehingga eksistensi perusahaan dapat dipertahankan (Lyris & Rosidi, 2021).

CSR telah muncul baik sebagai filosofi bisnis dan mode operasional yang ditujukan untuk mendorong hasil yang optimal bagi pemangku kepentingan organisasi dan publik. Karena penekanan pada pihak internal dan eksternal ini, CSR telah menjadi fokus komunikasi keuangan yang berkembang, dengan pakar manajemen dan komunikasi mengeksplorasi interaksi praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dengan hasil bagi perusahaan, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan ekologi (Mocasto, 2017). Perkembangan yang mendorong area ini termasuk globalisasi, aktivisme pemegang saham sosial, dan bahkan CEO yang mengambil peran advokasi lingkungan atau sosial. Pendekatan CSR yang berhasil semakin dipengaruhi oleh bagaimana mereka dikomunikasikan dan sejauh mana mereka dianut oleh publik.

Didefinisikan oleh *World Business Council* (2009) sebagai komitmen oleh bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas dan masyarakat luas, CSR telah muncul sebagai kekuatan pendorong untuk perubahan sosial dan lingkungan dalam ekonomi global. Sehingga disebut sebagai katalis untuk komunikasi keuangan, dan pada gilirannya dibentuk oleh media, hubungan publik dan investor, periklanan, dan aktivisme. Gagasan CSR muncul pada tahun 1990-an sebagai inisiatif peraturan sukarela dari sebuah perusahaan. Ide ini mencoba untuk mencapai pembangunan berkelanjutan, yang berusaha memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi di masa depan. Pembangunan berkelanjutan setelahnya didefinisikan sebagai proses pencapaian pembangunan manusia secara inklusif, terhubung, setara, bijaksana, dan aman. Berkaitan dengan CSR, perusahaan

berkewajiban untuk melakukan “sesuatu” aktivitas yang bermakna kepada masyarakat dalam rangka mempertahankan pembangunan yang berkelanjutan tersebut.

CSR dapat berupa banyak bentuk, termasuk keterlibatan masyarakat, kesukarelaan, lingkungan, dan filantropi. Ini juga dapat mencakup perubahan praktik bisnis, seperti pengemasan produk atau manajemen rantai pasokan, untuk manfaat sosial atau lingkungan. Definisi manajerial CSR berasal dari, yang menggambarannya sebagai “pertimbangan dan tanggapan organisasi terhadap, isu-isu di luar persyaratan ekonomi, teknis, dan hukum yang sempit dari perusahaan untuk mencapai manfaat sosial [dan lingkungan] bersama dengan keuntungan ekonomi tradisional yang dicari perusahaan”. Perdebatan mengenai manfaat dan biaya program CSR menampilkan perspektif yang luas dan dipegang teguh dalam komunitas akademik dan manajemen. Pandangan yang dikemukakan oleh Friedman (2007) berpendapat bahwa CSR adalah memaksimalkan keuntungan. Lainnya berpendapat bahwa CSR berada di luar lingkup persamaan profitabilitas (Kolstad, 2007). Terlepas dari keyakinan luas seperti itu, pertumbuhan CSR memiliki implikasi besar bagi bisnis dari semua ukuran (Sprinkle & Maines, 2010). Budaya pelanggan yang terlibat dan setia dapat menyebabkan peningkatan pangsa pasar, peningkatan profitabilitas, dan insentif keuangan lainnya. Pendukung CSR lainnya, bagaimanapun, mempertahankan bahwa program CSR harus secara inheren mencakup menjauh dari kesan untuk mendapatkan keuntungan maksimal (Kolstad, 2007). Sebaliknya, Kegiatan CSR seharusnya berguna untuk memperbaiki efisiensi dan efektivitas operasional manajer sebagaimana adanya dalam memperkuat hubungan kepercayaan antara perusahaan dan perusahaannya pemangku kepentingan. Implementasi yang dipikirkan dengan matang dan tepat adalah kebijakan sumber daya manusia berpotensi mendorong karyawan untuk mengasah keterampilan. Hal ini dapat merangsang karyawan untuk menggunakan ide-ide baru dan inovasi dalam pekerjaan mereka dimana dampaknya akan memberikan manfaat sosial yang besar.

Untuk perusahaan publik, CSR juga perlu dilihat dalam konteks kebangkitan aktivisme sosial yang didorong oleh pemegang saham, khususnya selama dekade

terakhir. Peran yang diperluas untuk hubungan investor, didasarkan pada komitmen perusahaan untuk bertindak melayani masyarakat, dapat membantu organisasi untuk memenuhi atau melampaui harapan masyarakat. Peran bersamaan dari aktivis pemegang saham sosial dalam mempengaruhi tindakan sosial perusahaan mendasari hubungan yang semakin erat antara aktivisme dan CSR dan mengisyaratkan kemungkinan adanya kolaborasi. Sementara CSR memiliki sejarah yang panjang dan beragam sejak berabad-abad yang lalu, artikulasi formal dari tanggung jawab bisnis terhadap pemangku kepentingan di masyarakat telah muncul terutama selama setengah abad terakhir. Ini termasuk posisi manajemen seperti chief sustainability officer, yang menangani permintaan yang meningkat untuk pendekatan CSR dalam organisasi. Publik eksternal juga merupakan pusat tanggung jawab sosial. Kebangkitan CSR telah terjadi selama waktu ketika penekanan yang meningkat telah ditempatkan pada hubungan masyarakat organisasi dan budidaya hubungan. Kebangkitan CSR pada akhir 1970-an dan awal 1980-an bertepatan dengan semakin pentingnya manajemen citra perusahaan dan permintaan yang lebih tinggi dari publik untuk level transparansi dan informasi perusahaan. Penekanan pada keterlibatan publik dan pemangku kepentingan ini telah menggeser tipologi CSR dari kerangka kategori ekonomi, hukum, etika, dan filantropi sebelumnya menjadi isu-isu tentang lingkungan, keragaman, komunitas, hubungan karyawan, dan hak asasi manusia. Demikian pula, pembinaan keterhubungan budaya, hubungan lokal, dan inklusivitas masyarakat ditunjukkan untuk membantu organisasi mencapai tujuan CSR mereka di bidang lingkungan, keragaman, kesetaraan, dan perusahaan (Schoenberger-Orgad & McKie, 2005). Praktik hubungan masyarakat dan komunikasi perusahaan telah meletakkan dasar bagi CSR sebagai praktik bisnis yang sah dan berkembang dalam konteks lokal, mencerminkan peningkatan fokus pada tanggung jawab sosial yang telah terjadi di tingkat nasional, global, dan industri dan terlihat dalam pengembangan pedoman pelaporan, kode industri, dan standar internasional (Bartlett, Tywoniak, & Hatcher, 2007).

Sebagai alat komunikasi bagi praktisi dan berbagai pihak yang berkepentingan, CSR sangat bermanfaat dan terasa kehadirannya. Peningkatan pengetahuan tentang

kegiatan CSR perusahaan dapat berdampak pada keputusan pembelian konsumen dan mengarah pada sikap yang lebih positif terhadap perusahaan. Implikasi sebagai alat komunikasi manajemen dan reputasi jangka panjang, CSR dapat membantu perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan hubungan pemangku kepentingan. Dengan terlibat dalam kegiatan CSR, perusahaan tidak hanya dapat menghasilkan sikap pemangku kepentingan yang menguntungkan dan perilaku dukungan yang lebih baik (misalnya, membeli, mencari pekerjaan di perusahaan, berinvestasi di perusahaan) tetapi juga, dalam jangka panjang, membangun citra perusahaan, memperkuat hubungan pemangku kepentingan-perusahaan, dan meningkatkan perilaku advokasi pemangku kepentingan. Sisi lain dari ini, tentu saja, adalah bahwa kesadaran yang rendah atau kesan negatif dari kegiatan CSR di pihak pemangku kepentingan dapat menjadi hambatan serius bagi perusahaan yang mencoba mendapatkan keuntungan bisnis dari CSR (Mocasto, 2017). Dengan kata lain, perusahaan perlu membina komunikasi yang efektif dengan pemangku kepentingan tentang upaya CSR mereka.

CSR tetap menjadi salah satu perkembangan bisnis terpenting dalam setengah abad terakhir. Ini telah muncul sebagai filosofi pendorong perubahan sosial dan lingkungan yang menekankan kebutuhan dan kepentingan tidak hanya pemegang saham dan pelanggan tetapi juga karyawan, anggota masyarakat, dan warga yang jauh lebih luas. CSR menjadi semakin penting karena adanya tekanan dari luar dari berbagai aspek masyarakat. Kekhawatiran atas perubahan iklim dan polusi, misalnya, telah mendorong pelanggan dari banyak perusahaan untuk mengadvokasi produk, operasi, dan bahkan rantai pasokan yang lebih ramah lingkungan. Perusahaan dan pemerintah telah terlibat dalam krisis ekologi di masa lalu, mulai dari pembuangan bahan beracun dan polusi saluran air hingga pengadaan produk yang tidak aman dan pengemasan konsumen yang boros. Maka, masuk akal bahwa perusahaan harus menanggapi tekanan dari para aktivis, lembaga pemerintah, dan bahkan perusahaan lain untuk memimpin dalam mendorong praktik lingkungan yang sehat. Filosofi ini pernah dicadangkan untuk perusahaan yang bisnisnya berhubungan langsung dengan lingkungan. Namun saat ini, fokus lingkungan yang dijalin ke dalam CSR ditekankan

oleh organisasi dari industri yang berbeda: sektor teknologi, keuangan, transportasi, sumber daya, dan media, semuanya semakin memperhatikan komitmen dan standar hijau mereka (Mocasto, 2017).

Namun demikian, kehadiran CSR bukan tanpa kontra, kritik terhadap CSR, sementara itu, berfokus pada praktik pemasaran yang tidak etis seperti "*green washing*" dan bahkan penggunaan CSR untuk mengelola reputasi perusahaan atau nasional. Argumen ini menggarisbawahi semakin pentingnya CSR tidak hanya dalam perusahaan tetapi juga dalam konteks masyarakat yang lebih besar. Lebih lanjut, di bidang lingkungan, beberapa pengamat telah menentang gagasan bahwa pertumbuhan hasil industri (bahkan jika disertai dengan standar yang lebih hijau) dapat mengurangi masalah ekologi kontemporer dan masa depan. Hal ini disebut sebagai modernisme ekologis, yang menggambarkan bagaimana kemajuan teknologi berupaya menumbuhkan ekonomi atas nama kelestarian lingkungan. Argumen serupa menyatakan bahwa CSR mendahului tekanan demokratik untuk regulasi lingkungan dan karena itu mendorong degradasi ekologi lebih lanjut. Dari perspektif pemasaran, kekhawatiran tentang apa yang disebut *greenwashing* di mana pesan atau iklan melebih-lebihkan manfaat lingkungan dari barang atau jasa konsumen sehingga berpotensi menurunkan derajat kepercayaan konsumen. Pertemuan aktivitas ritel dan dampak sosial/lingkungan ini juga terlihat dalam konsep "*pinkwashing*", yang menggambarkan perusahaan atau badan amal yang mengaku peduli dengan masalah kesehatan wanita, seperti kanker payudara, bahkan ketika produk yang mereka buat atau jual mungkin terkait dengan masalah kesehatan itu sendiri (McVeigh, 2012).

CSR menarik perhatian akademis selama bertahun-tahun. Sejumlah penelitian telah meneliti efek nyata dari kinerja CSR. Pada mulanya, Penelitian tentang CSR telah dilakukan sejak tahun 1960, sebagai akibat dari keprihatinan yang diberikan oleh berbagai perusahaan dan pemangku kepentingan terhadap tanggung jawab sosial. Padahal berbagai penelitian telah dilakukan dan menemukan jawaban konsensus yang masih sulit ditemukan. Perbedaan dalam kesimpulan ditemukan dari pendekatan yang berbeda yang digunakan oleh peneliti yang berbeda. Perbedaan tersebut dapat

ditonjolkan ketika sebuah ekonom dapat mendefinisikan CSR sebagai mitigasi risiko. Sebaliknya, pembuat kebijakan mungkin melihat tindakan CSR sebagai kebijakan yang tegas berdasarkan peraturan yang ada.

Sebelum melangkah lebih jauh ke dalam perdebatan dan diskusi lebih lanjut untuk mengungkap konsep tersebut, penting untuk mendefinisikan konsep-konsep penting dalam CSR dan pemberdayaan. Sementara pengertian CSR telah berkembang pesat, CSR dalam lingkup umum didefinisikan sebagai sebagian besar kontribusi sukarela, atau pengeluaran, dari perusahaan yang terlibat dalam proyek sosial yang bersangkutan dengan peningkatan masyarakat/masyarakat dalam yurisdiksi perawatan kesehatan, perumahan, pendidikan, keselamatan dan lingkungan, yang juga mengacu pada CSR sebagai tindakan korporasi sukarela yang dirancang untuk memperbaiki kondisi sosial (Mokgadi, 2018). Namun, meskipun definisi CSR menyampaikan arti dan pemahaman yang sama, perbedaan muncul dari perspektif dari mana konsep itu dilihat. Jika dilihat dari perkembangan sosial, hukum, etika, bisnis, ilmu pengetahuan dan ekonomi, maka akan ada tingkat perluasan definisi itu sendiri layak untuk ditambahkan dengan menyatakan bahwa CSR ada untuk memastikan bahwa warga negara di negara mana pun diberdayakan (Ngoepe-Ntsoane, 2018). Penting untuk menguraikan beberapa konsep penting seperti pemberdayaan di awal diskusi. Pemberdayaan adalah konsep yang kompleks dan diinterpretasikan dalam berbagai cara untuk menyesuaikan dengan situasi yang spesifik. Hal ini dilihat dalam konteks diskusi sebagai pemberian kekuasaan kepada yang tidak berdaya sehingga mereka dapat memiliki kapasitas dan kapabilitas untuk membuat keputusan yang mempengaruhi perkembangan mereka.

1.2. Kebaruan Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam *knowledge gap* mengenai pemahaman dan informasi pengaruh audit firm rotation, gender komite audit dan kualitas audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial terhadap kinerja perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini berfokus pada

sektor perbankan di Indonesia yang merupakan salah satu *emerging country* di dunia. Karena itu, penelitian ini memberikan implikasi terhadap regulator untuk dapat meningkatkan kinerja perbankan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu karena memasukkan variabel-variabel karakteristik internal perusahaan dari sisi manajerial maupun pemeriksaan (audit) yaitu audit firm rotation, gender komite audit dan kualitas audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial. Dimana penelitian sebelumnya (sejauh yang kami ketahui) tidak secara komprehensif menggabungkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menekankan peran CSR sebagai variabel yang memperkuat hubungan antara faktor-faktor internal tersebut dengan kinerja keuangan. Maka dari itu, penelitian ini secara komprehensif dapat diimplikasikan bagi regulator dan manajerial dengan keadaan yang serupa yaitu bagi sektor perbankan di negara berkembang.

1.3. Rumusan Masalah

Tujuan dari penulisan ini terdiri dari beberapa hal yang ingin di ambil sebagai hasil analisis di mana pengaruh dari pelbagai variabel terhadap fungsi CSR terhadap kinerja perusahaan dengan, utamanya industri perbankan. Dalam penulisan ini diharapkan juga untuk menyadari bahwa filosofi penciptaan CSR adalah demi untuk menggabungkan fungsi sosial lingkungan dengan bisnis yang dilakukan perusahaan demi menumbuhkan citra yang positif perusahaan tersebut terhadap masyarakat internal maupun eksternal perusahaan sehingga dari hasil CSR tersebut dapat di lihat keunggulan-keunggulan kompetitif apa sajakah yang dapat dimaksimalkan perusahaan dalam mengembangkan usaha mereka menjadi lebih *profitable* dengan demikian akan lebih terlihat adanya sinergisitas kesinambungan dari para pebisnis atau pelaku dari CSR dalam upaya mereka dalam mengoperasikan usaha-usaha mereka secara legal dan memberikan kontribusi yang positif bagi keuntungan perusahaan dan juga bagaimana hubungannya dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan perusahaan tersebut juga masyarakat di sekitar tempat dimana perusahaan itu berdomisili. Karena itu, rumusan masalah dalam penulisan ini dirangkum sebagai

berikut: (1) Apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE; (2) Apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA; (3) Apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q; (4) Apakah Kepemilikan manajerial memperkuat pengaruh CSR terhadap ROE; (5) Apakah Kepemilikan manajerial memperkuat pengaruh CSR terhadap ROA; (6) Apakah Kepemilikan manajerial memperkuat pengaruh CSR terhadap Tobin's Q; (7) Apakah Kepemilikan institusional memperkuat pengaruh CSR terhadap ROE; (8) Apakah Kepemilikan institusional memperkuat pengaruh CSR terhadap ROA; (9) Apakah Kepemilikan institusional memperkuat pengaruh CSR terhadap Tobin's Q; (10) Apakah CSR memoderasi pengaruh *audit firm rotation* terhadap kinerja perusahaan; (11) Apakah CSR memoderasi pengaruh *Gender* komite audit terhadap kinerja perusahaan; dan (12) CSR memoderasi pengaruh kualitas audit terhadap kinerja perusahaan.

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. Grand Teori – Teori Stakeholder

Stakeholder adalah orang atau sekelompok orang yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan ataupun operasi suatu perusahaan, dimana kelompok-kelompok stakeholder ini meliputi pemegang saham, karyawan, kreditor, pemasok dan masyarakat (Aryati, 2016). Teori stakeholder mengasumsikan bahwa perusahaan memerlukan dukungan dari stakeholder untuk eksis, sehingga keputusan stakeholder layak untuk dipertimbangkan (Rokhlinasari, 2015). Karena itu, dukungan dari stakeholder harus dicari serta dipertahankan (Alamsyah, 2016). Strategi yang dapat digunakan untuk memperoleh dukungan tersebut adalah dengan melaksanakan kegiatan CSR yang diharapkan mampu menghasilkan hubungan harmonis antara kedua pihak yang berkepentingan (Ayu et al., 2019). Tujuan utama dari teori stakeholder adalah membantu manajemen meningkatkan nilai perusahaan dan meminimalkan kerugian stakeholder (Okmawati, 2019). Teori *stakeholder* yang merupakan sekelompok orang atau individu yang mempengaruhi atau dipengaruhi berbagai keputusan atau kebijakan suatu perusahaan (Aryati, 2016). Suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan *stakeholder*, dimana kelompok *stakeholder* meliputi pemegang saham, karyawan, kreditor, pemasok dan masyarakat. Strategi yang dapat digunakan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* yaitu dengan melihat *audit firm rotation*, *Gender* komite audit dan kualitas audit perusahaan, yang diharapkan dapat mewujudkan keinginan *stakeholder* sehingga dapat menghasilkan hubungan yang harmonis antara pihak perusahaan dengan *stakeholder* (Ayu et al., 2019).

2.2. CSR di Indonesia

Terlepas dari meningkatnya perhatian terhadap praktik CSR perusahaan dan pengungkapannya, sebagian besar studi yang ada telah dilakukan di negara maju. Meskipun demikian, konteks negara berkembang menawarkan banyak peluang untuk kegiatan CSR karena ditandai dengan kemiskinan yang terus menyebar, disparitas, korupsi, perlakuan buruk sosial, gangguan higienis, dan kontaminasi ekologis (Torrico, Frank, & Tavera, 2018). Namun, literatur kurang memperhatikan praktik CSR di negara berkembang. Bahkan disimpulkan bahwa kurang dari 10% literatur CSR berasal dari studi yang dilakukan di negara berkembang (Kates, Parris, & Leiserowitz, 2005).

Masyarakat di Asia memiliki sejarah panjang pemberian budaya dan agama. Di banyak negara yang diteliti, wacana alternatif yang mencakup budaya, nilai-nilai tradisional, dan politik memberikan konteks sosial-ekonomi dan latar belakang nasional untuk tindakan CSR. Berdasarkan 10 studi negara, elemen kunci yang menentukan praktik CSR di perusahaan Asia adalah pengaruh budaya, filantropi klasik, kapasitas negara, partisipasi dalam rantai pasokan global, dan pelanggaran ringan korporasi yang tumbuh di dalam negeri. Budaya berperan penting dalam pendekatan CSR. Ada pengaruh budaya yang penting pada gagasan kewajiban dan tanggung jawab yang signifikan dalam konteks Asia, dan hal inilah yang mengakibatkan perbedaan wacana CSR di Asia dengan negara-negara Barat.

Menyusun peraturan CSR di Indonesia sebagai kewajiban perusahaan entah bagaimana tidak sejalan dengan tujuan awal CSR itu sendiri. Di negara-negara Barat, misalnya, CSR dianggap sebagai kontribusi bisnis sukarela untuk pembangunan berkelanjutan. Selain itu, juga dilihat sebagai keterlibatan perusahaan aktif yang melampaui kepatuhan hukum. Dibandingkan dengan Indonesia, setelah lahirnya Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) dan peraturan pelaksanaannya, CSR tidak bisa lagi dilihat sebagai sumbangan sukarela kepada masyarakat. Juga tidak dapat dilihat sebagai perikatan korporasi di luar peraturan hukum. Melainkan dilakukan semata-mata dalam rangka memenuhi kewajiban hukum (Andrini, 2016).

Selain itu, pengukuran CSR merupakan tugas yang penting dan tersulit dalam melakukan penelitian CSR. CSR adalah konsep multidimensi yang kompleks, dan orang dapat mempertanyakan apakah setiap dimensi dapat diukur, apalagi cocok untuk agregasi. Ada sejumlah besar penelitian yang mengusulkan ukuran CSR yang berbeda. Studi-studi ini mengusulkan perspektif dan dimensi CSR yang berbeda, seperti komunitas, orang, karyawan, kualitas produk, lingkungan, masyarakat, pendidikan, dan layanan kesehatan. Namun, apa yang harus dan tidak boleh dimasukkan untuk menetapkan ukuran CSR yang komprehensif dan indikatif masih menjadi pertanyaan yang bisa diperdebatkan bagi akademisi, peneliti, dan pembuat kebijakan. Perdebatan ini muncul karena sebagian besar studi ini tidak memasukkan faktor kontekstual yang dapat mempengaruhi praktik CSR perusahaan dan pengukurannya (Tilt, 2016; Athanasopoulou & Selsky, 2015). Konteks sangat penting dalam studi CSR karena setiap negara unik dalam konteks sosial, budaya, politik, ekonomi, dan kelembagaannya sendiri. Oleh karena itu, sangat penting untuk mempertimbangkan faktor kontekstual saat mengembangkan instrumen pengukuran CSR.

Keadaan ini mengungkapkan bahwa masih ada kesenjangan besar dalam literatur berkaitan dengan praktik pengungkapan CSR perusahaan dan pengukurannya di negara berkembang (Tilt, 2016). Beberapa peneliti berpendapat bahwa bidang penelitian ini belum sepenuhnya dikembangkan karena perbedaan praktik pengungkapan CSR antara negara maju dan berkembang, yang dapat dikaitkan dengan perbedaan dalam konteks mereka (Ali, Frynas, & Mahmood, 2017; Tilt, 2018). Alasan potensial lain untuk kurangnya penelitian CSR dalam konteks negara berkembang adalah karena berkurangnya tekanan dari publik, badan pengatur, dan pelaku domestik pada organisasi bisnis untuk mengungkapkan informasi tentang praktik CSR mereka. Situasi ini membatasi ketersediaan data CSR untuk melakukan penelitian empiris dan menjadikan penelitian CSR sulit diukur di negara berkembang. Selain itu, banyak penelitian sebelumnya tentang CSR yang telah dilakukan di negara berkembang telah mengidentifikasi bahwa kurangnya pendidikan CSR dan dukungan dari lembaga yang mempromosikan CSR adalah alasan utama lain untuk penelitian sempit dalam

pengungkapan CSR (Ali, Frynas, & Mahmood, 2017). Di atas segalanya, biaya pengungkapan/pelaporan informasi CSR merupakan faktor utama lain di negara berkembang karena kurangnya sumber daya dan motivasi yang sangat menghambat penelitian CSR. Oleh karena itu, ada kebutuhan yang kuat untuk mengeksplorasi kegiatan CSR perusahaan dan pengungkapannya untuk mempromosikan penelitian CSR, khususnya dalam konteks ekonomi berkembang seperti Indonesia.

Utamanya terdapat beberapa pendekatan yang digunakan untuk mengukur CSR. Seperti pendekatan pengungkapan, pendekatan indeks atau peringkat, dan pendekatan keuangan multidimensi (Ehsan, et al., 2018). Kerangka konseptual, pertama kali dikembangkan di Amerika Serikat oleh Wood (1994) dan telah diterapkan pada banyak perusahaan (Hopkins, 2003). Singkatnya, CSR diukur dengan mengikuti konfigurasi organisasi bisnis menjadi tiga tingkatan; (1) prinsip tanggung jawab sosial; (2) proses responsivitas sosial; (3) hasil tanggung jawab sosial.

2.2.1. Prinsip Tanggung Jawab Sosial

Tingkat penerapan prinsip-prinsip ini bersifat kelembagaan dan didasarkan pada kewajiban dasar perusahaan sebagai organisasi bisnis. Nilainya adalah bahwa ia mendefinisikan hubungan kelembagaan antara bisnis dan masyarakat, dan menentukan apa yang diharapkan dari bisnis apa pun. Tingkat model CSR itu sendiri adalah tentang hubungan antara bisnis dan masyarakat pada umumnya dan memiliki tiga elemen utama yaitu, legitimasi menyangkut bisnis sebagai institusi sosial, dan mbingkai pandangan analitis tentang keterkaitan bisnis dan masyarakat; Tanggung jawab publik menyangkut perusahaan individu dan proses serta hasil dalam kerangka prinsipnya sendiri dalam hal apa yang sebenarnya dilakukannya, dan; Kebijakan manajerial dimana manajer dan anggota organisasi lainnya adalah aktor moral. Dalam setiap domain tanggung jawab sosial perusahaan, mereka berkewajiban untuk menggunakan kebijakan yang tersedia bagi mereka, menuju hasil yang bertanggung jawab secara sosial.

2.2.2. Proses Responsivitas Sosial

Ketanggapan (*responsiveness*) sosial perusahaan adalah kapasitas bisnis untuk menanggapi tekanan sosial. Hal ini menunjukkan kemampuan organisasi bisnis untuk bertahan hidup melalui adaptasi dengan lingkungan bisnisnya. Untuk melakukannya, organisasi tersebut harus mengetahui sebanyak mungkin tentang lingkungan bisnis ini, mampu menganalisis datanya, dan harus bereaksi terhadap hasil analisis ini. Tetapi lingkungan bisnis tidak statis dan merupakan situasi yang kompleks dan selalu berubah. Lingkungan ini dapat tidak berubah selama beberapa dekade, jika tidak berabad-abad, dan kemudian berantakan dan direformasi seperti kaleidoskop dengan kecepatan yang meningkat. Kemampuan untuk berhasil memindai, menafsirkan, dan bereaksi terhadap lingkungan bisnis membutuhkan mekanisme yang sama kompleksnya. Tiga elemen diidentifikasi sebagai elemen dasar dari model CSR tingkat ini, yaitu: Pemindaian lingkungan bisnis menunjukkan lengan pengumpulan informasi bisnis dan transmisi informasi yang dikumpulkan ke seluruh organisasi; Manajemen pemangku kepentingan atau *stakeholder* didefinisikan sebagai setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan misalnya: pemilik; pemasok; karyawan; pelanggan; pesaing; pemerintah dalam dan luar negeri; organisasi nirlaba; kelompok perlindungan lingkungan dan konsumen; dan lain-lain. *Stakeholder* pada pemetaan hubungan pemangku kepentingan dengan perusahaan (dan di antara satu sama lain) sambil menemukan, mendengarkan, dan memenuhi upaya mereka untuk menyeimbangkan dan memenuhi kekhawatiran yang sah sebagai prasyarat dari setiap proses pengukuran; Manajemen masalah. Setelah mengidentifikasi prinsip-prinsip yang memotivasi perusahaan dan telah menentukan identitas, hubungan, dan kekuatan pemangku kepentingan, organisasi beralih ke masalah utama yang menjadi perhatian pemangku kepentingan.

2.2.3. Hasil Tanggung Jawab Sosial

Fokus utama pengukuran adalah model CSR tingkat ketiga. Untuk menentukan apakah 'CSR membuat perbedaan', semua pemangku kepentingan yang relevan dengan

suatu masalah atau masalah yang kompleks harus dimasukkan dalam penilaian kinerja apa pun. Sekali lagi, ada tiga kategori utama, yaitu: efek pemangku kepentingan internal adalah efek yang memengaruhi pemangku kepentingan di dalam perusahaan. Pemeriksaan ini mungkin menunjukkan bagaimana kode etik perusahaan mempengaruhi pengambilan keputusan sehari-hari perusahaan dengan mengacu pada tanggung jawab sosial. Demikian pula, hal itu dapat berkaitan dengan kebijakan sumber daya manusia seperti efek positif atau negatif dari perekrutan perusahaan dan praktik tunjangan karyawan; efek pemangku kepentingan eksternal menyangkut dampak tindakan korporasi terhadap orang atau kelompok di luar perusahaan. Hal ini mungkin melibatkan hal-hal seperti efek negatif dari penarikan produk, efek positif dari filantropi perusahaan terkait masyarakat, atau asumsi lingkungan alam sebagai pemangku kepentingan, efek pembuangan limbah beracun; efek kelembagaan eksternal mengacu pada efek pada institusi bisnis yang lebih besar daripada pada kelompok pemangku kepentingan tertentu. Beberapa bencana lingkungan misalnya membuat masyarakat sadar akan dampak keputusan bisnis terhadap masyarakat umum. Kesadaran baru ini membawa tekanan untuk peraturan lingkungan, yang kemudian mempengaruhi seluruh institusi bisnis daripada hanya satu perusahaan tertentu.

Di sisi lain, mayoritas penelitian di Indonesia juga menggunakan pendekatan indeks atau peringkat sebagai pengukuran CSR. Standar GRI digunakan sebagai indeks dimana pengukuran ini mewakili praktik terbaik secara global dalam hal pelaporan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial kepada publik. Pelaporan keberlanjutan yang berdasarkan pada Standar GRI memberikan informasi tentang kontribusi positif atau negatif organisasi bagi pembangunan berkelanjutan. Standar GRI modular yang saling terkait ini dirancang terutama untuk digunakan sebagai satu set dokumen guna menyiapkan laporan keberlanjutan yang berfokus pada topik material. Ketiga Standar universal tersebut digunakan oleh setiap organisasi yang menyusun laporan keberlanjutan. Setiap organisasi itu juga memilih dari Standar topik spesifik untuk melaporkan topik materialnya - ekonomi, lingkungan atau sosial. Menyiapkan laporan sesuai dengan Standar GRI memberikan gambaran inklusif tentang topik material

organisasi, dampak terkaitnya, dan bagaimana dampak-dampak tersebut dikelola. Organisasi juga dapat menggunakan semua atau sebagian dari Standar GRI untuk melaporkan informasi spesifik.

2.3. Penelitian Terdahulu

2.3.1. CSR pada Perusahaan

2.3.1.1. CSR dalam Reputasi Perusahaan di Industri Penerbangan

Banyaknya penelitian telah yang dilakukan mengenai pengaruh tanggung jawab perusahaan terhadap nilai perusahaan, baik dari sektor jasa, manufaktur serta dagang. Namun banyaknya penelitian yang dilakukan terhadap CSR tidak berdampak signifikan pada perusahaan penerbangan, ini dikarenakan kurangnya pemeriksaan yang cermat terhadap dampak dari bencana CSR pada maskapai penerbangan. Ada beberapa pendekatan empiris yang telah dilakukan, dengan menggunakan pendekatan empiris dan meneliti pentingnya hubungan reputasi perusahaan terhadap sikap, kepuasan pelanggan, dan CSR. Telah dilaksanakan beberapa studi yang meneliti tentang pengaruh CSR terhadap pencapaian manajemen namun studi sebelumnya mencatat kesulitan dalam memeriksa dampak dan semua aktivitas yang berkontribusi di dalamnya. Studi ini membahas mengenai dampak dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan dan kepuasan pelanggan yang tujuannya adalah untuk mengetahui apakah kebijakan sosial perusahaan itu dapat mempengaruhi reputasi perusahaan sendiri dan ini memungkinkan pemahaman tentang hubungan yang signifikan antara reputasi atau nilai perusahaan terhadap kebijakan sosial yang dibuat oleh perusahaan itu sendiri.

Metode yang dipilih adalah menyebarkan kuisisioner dengan mengumpulkan 26 item kuesioner dari penelitian-penelitian sebelumnya lalu menggunakan hasil penelitian dari departemen komunikasi dan manajemen. Penelitian dilakukan menggunakan metode sampel didasarkan pada metode pengambilan sampel non probabilitas dan partisipan diri, data sampel berasal dari Korea Selatan yang dilakukan secara online yang menghubungkan sekitar 2.100 responden selama 50 hari dan

mengumpulkan data dari 1.056 pelanggan setiap pelanggan yang mengikuti survei telah mengalami layanan maskapai yang dipilih lebih dari 10 kali. Dari sampel ini dilakukan uji validitas yang menunjukkan bahwa sampel lolos uji validasi, juga hasil uji hipotesis didapatkan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan oleh tanggung jawab ekonomi dan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab lingkungan perusahaan.

Implikasi dari penelitian didapatkan dua implikasi yaitu dari akademis dan pragmatis, dari perspektif akademis bagi akademik harus lebih memperhatikan dan fokus terhadap struktur dan teoritis hubungan antara nilai perusahaan dengan kebijakan sosial perusahaan yang dapat menentukan sikap dan kepuasan pelanggan dalam industri penerbangan. Implikasi yang kedua memberi memberikan implikasi pragmatis yaitu bagi maskapai penerbangan yang harus menetapkan rencana dan program yang sistematis dan terstruktur yang baik untuk kegiatan tanggung jawab perusahaan dengan mempertimbangkan pengaruh pada kepuasan dan sikap pelanggan atau penerbangan harus melakukan aktivitas perusahaan untuk tanggungjawab ekonomi dan lingkungan atau sosial untuk meningkatkan sikap kepuasan pelanggan dan bagi pelayanan maskapai harus tidak hanya fokus pada pengembangan tetapi juga terhadap pelayanan yang dirancang yang baik untuk mengembangkan persepsi kepuasan pengguna yang lebih tinggi (Park, 2019).

2.3.1.2. CSR dan Efisiensi Industri Perbankan

Dalam suatu perekonomian, bank merupakan sebuah elemen kunci yang sangat penting. Bank memainkan peran utama dalam pembangunan ekonomi dengan memfasilitasi transfer sumber daya antara pihak pemberi pinjaman dan pihak penerima pinjaman. Bank menciptakan berbagai manfaat bagi pihak eksternal yaitu masyarakat, dengan berkontribusi pada kemakmuran masyarakat yang berkelanjutan. Selain memberikan manfaat, bank juga mendapatkan umpan balik dari pemerintah dan masyarakat. Karena bank juga mendapatkan keuntungan besar dari masyarakat

misalnya melalui jaminan pemerintah atau bahkan dana talangan, pendapat publik sering kali menekankan atas perlunya bank terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR.

Meskipun demikian, dampak CSR terhadap profitabilitas bank masih kontroversial. Di satu sisi, bank mungkin enggan untuk melakukan CSR karena biaya yang dikeluarkan terkait dengan pelaksanaan kebijakan CSR tersebut. Di sisi lain, CSR juga dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan melalui dampak positifnya terhadap reputasi bank. Faktanya, bank sering dikeluarkan dari sampel dalam penelitian empiris, akibatnya penelitian yang mengaitkan CSR dengan keuangan umumnya tidak menilai sektor perbankan. Oleh karena itu sangat penting untuk memahami terlebih dahulu dampak CSR di sektor perbankan,

Beberapa peneliti telah mencoba menilai secara empiris hubungan antara CSR dan profitabilitas bank. Hasil penelitian mereka cenderung menunjukkan hubungan positif antara CSR dan beberapa indikator profitabilitas bank seperti laba atas aset atau laba atas ekuitas. Namun, penggunaan analisis rasio untuk menilai kinerja bank memiliki beberapa keterbatasan. Untuk menghindari kekurangan analisis rasio tersebut, penelitian ini menggunakan *Data Envelopment Analysis* (DEA) yang mungkin merupakan teknik penelitian paling berhasil digunakan dalam menilai kinerja bank. Metode penelitian ini paling tepat untuk menilai kinerja bank yang menerapkan kebijakan CSR karena kinerja kegiatan ini dilihat dalam jangka panjang dan DEA hanya memberikan penilaian jangka panjang.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengevaluasi efisiensi bank dan mempelajari bagaimana hal itu dipengaruhi oleh CSR. Dengan menggunakan sampel internasional yaitu 184 bank di 41 negara selama periode 2009-2015, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan unit dalam skor CSR bank dikaitkan secara positif dengan peningkatan efisiensi bank sebesar 0,13 poin persentase. Selanjutnya, peneliti menunjukkan bahwa dampak positif CSR terhadap efisiensi bank bergantung pada berbagai faktor ekonomi dan kelembagaan. Secara khusus, tampaknya CSR hanya meningkatkan efisiensi bank di negara maju dan sebaliknya CSR tidak berdampak pada

efisiensi bank yang berada di negara berkembang. Selain itu, hubungan efisiensi CSR juga tampaknya hanya berlaku di negara-negara yang memiliki tingkat perlindungan investor yang tinggi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dapat berdampak positif untuk efisiensi bank dengan menunjukkan bahwa bank layak dari penerapan kebijakan CSR sejauh kebijakan tersebut telah menunjukkan kasus-kasus tertentu yang berpotensi meningkatkan efisiensi. Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi manajer bank karena menunjukkan bahwa mengembangkan kapabilitas CSR dapat menghasilkan keuntungan finansial dan meningkatkan efisiensi. Kesimpulan dari penelitian cenderung menunjukkan bahwa belanja CSR oleh bank tidak mempresentasikan pemborosan sumber daya, tetapi lebih mengarah pada penggunaan sumber daya yang lebih baik. Penelitian ini juga menarik bagi para pembuat kebijakan karena dalam penelitian menunjukkan bahwa kerangka kelembagaan merupakan elemen kunci yang membentuk dampak kegiatan CSR terhadap hasil keuangan dan ekonomi. Terakhir, hasil penelitian memiliki implikasi bagi investor karena menunjukkan kredensial CSR bank dapat memengaruhi cara bank beroperasi dan seberapa besar efisien bisnisnya (Belasri, S., Gomes, M. dan Pijourlet, G., 2020).

2.3.1.3. CSR dalam Industri Perbankan Konvensional dan Syariah

Studi ini melakukan tinjauan pustaka sistematis tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kinerja keuangan bank syariah dan konvensional. Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan antara pengungkapan CSR dengan kinerja bank. Penelitian ini secara kritis meninjau perspektif teoretis, dampak, masalah dan menyarankan penelitian masa depan berdasarkan artikel yang diulas. Peran sektor perbankan dalam pembangunan lingkungan, sosial dan ekonomi suatu negara tidak dapat disangkal. Saat ini, bank tidak hanya terbatas pada investasi dan deposito. Mereka juga bertindak sebagai warga negara yang bertanggung jawab secara sosial. Scholtens (2009) menyatakan bahwa

bank-bank yang terdaftar di Organization for Economic Cooperation and Development mendorong lebih banyak rekening tabungan, yang dapat dimanfaatkan untuk manfaat lingkungan dan sosial. Di sisi lain, pasca krisis keuangan global, sektor perbankan menghadapi gejolak besar dalam kinerja keuangannya, di mana pemegang saham kehilangan kepercayaan. Sektor perbankan perlu direformasi dan mendapatkan kembali reputasinya yang hilang.

Sesuai dengan visi tujuan pembangunan berkelanjutan 2030, setiap sektor harus maju untuk mencapai tujuan tidak terkecuali sektor perbankan. Setiap sektor harus mencapai beberapa tujuan melalui CSR, seperti mendukung proyek-proyek rendah karbon, mengikuti keragaman gender yang positif dan melakukan tata kelola perusahaan yang baik. Tinjauan sistematis ini merevisi hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan bank. Studi yang ada telah menganalisis beberapa aspek CSR. Hubungan pengungkapan CSR dan sektor perbankan pada penelitian-penelitian sebelumnya perlu dikaji lebih mendalam. Karakteristik bank konvensional dan bank syariah berbeda dalam hal hukum, etika, kode etik dan akseptabilitas. Aturan dan regulasi bank konvensional lebih humanistik dan tidak terlalu dibatasi dibandingkan bank syariah. Bank syariah mengikuti prinsip-prinsip yang bersumber dari hukum agama Islam dengan beberapa larangan seperti tidak ada bunga, tidak ada investasi dalam alkohol, bisnis perjudian dan sebagainya. Selain itu, literatur sebelumnya membahas bahwa diversifikasi sentral antara bank konvensional dan bank syariah adalah model pembagian risiko, di mana risiko diharapkan dibagi oleh kedua belah pihak di bank syariah tetapi tidak di bank konvensional pengungkapan CSR akan berbeda di bank syariah karena hukum Islam hanya mendukung Halal. (legal dalam sudut pandang Syariah) investasi dan melarang produk dan layanan non-halal (ilegal dalam sudut pandang Syariah), seperti alkohol, babi, perjudian, dan kasino, karena efeknya yang berbahaya bagi masyarakat. Selain itu, Organisasi Akuntansi dan Audit untuk Lembaga Keuangan Islam (AAOIFI) telah mengembangkan standar yang disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Perilaku dan Pengungkapan untuk Lembaga Keuangan Islam. Kebijakan CSR standar AAOIFI memfokuskan beberapa

spesifikasi, seperti tinjauan dampak investasi klien potensial terhadap lingkungan, sosial dan ekonomi, hubungan yang bertanggung jawab dengan klien, kebijakan pendapatan dan pengeluaran yang dibatasi oleh hukum Islam, kesejahteraan karyawan, kebijakan Zakat, Qard Hassan, pengurangan dampak negatif lingkungan, pembangunan sosial, kegiatan amal dan pembentukan dewan Syariah yang tepat.

Dari perspektif teoritis, CSR membangun hubungan yang signifikan dengan bank konvensional dan syariah. Karena pengungkapan CSR bagaimana kinerja keuangan bank melawan terus dipantau oleh pemegang saham. Menurut teori keagenan, pemegang saham dapat mempengaruhi keputusan manajemen jika CSR menguntungkan atau menimbulkan biaya tambahan. Teori pemangku kepentingan mendefinisikan menciptakan nilai pemangku kepentingan bersama dengan maksimalisasi keuntungan. Konsep CSR memprioritaskan kebutuhan pemangku kepentingan pada awalnya, yang menyebabkan motivasi positif, meningkatkan produktivitas dan dampak positif terhadap kinerja keuangan suatu bank. Teori manajemen yang baik adalah teori yang diperluas dari teori pemangku kepentingan dan mendukung hubungan positif dengan kinerja sosial perusahaan dan CSR mengacu pada pemangku kepentingan sebagai instrumen yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan organisasi. Teori legitimasi mengkonseptualisasikan CSR dengan menggambarkan bahwa suatu organisasi harus lebih bertanggung jawab terhadap masyarakat. Teori yang mengaitkan ikatan antara bisnis dan masyarakat di mana tindakan yang diambil harus mendapat pertimbangan dari masyarakat. Teori sumber daya Slack menjelaskan bahwa bisnis yang memiliki lebih banyak sumber daya cenderung menghasilkan lebih banyak keuangan pada praktik keberlanjutan. Selain itu, teori Maqashid-Al-Syariah khususnya digunakan untuk perbankan Islam oleh penelitian sebelumnya dimana teori tersebut mendefinisikan pelestarian, pencegahan efek berbahaya dan menjaga kesetaraan.

Beberapa jenis penelitian yang dilakukan terhadap CSR dan kinerja keuangan perbankan selama ini. Dimana bank konvensional lebih berkonsentrasi pada memaksimalkan profitabilitas, perbankan syariah menyatakan bertanggung jawab

secara sosial dan etis bersama dengan pembagian keuntungan-rugi. Selain itu, karena sifat khas bank konvensional dan bank syariah, konteks CSR diyakini berbeda. Oleh karena itu, teori, praktik, dan lamanya pengungkapan yang berbeda telah ditinjau. Selain itu, kami telah memperhatikan bahwa penelitian tentang CSR dan kinerja perbankan bank syariah dan konvensional mencakup beberapa bidang sementara mengabaikan beberapa aspek penting seperti teori, metode dan indikator CSR. Sebagai contoh, beberapa artikel telah melewati membahas metode Akibatnya, beberapa studi telah menghabiskan metodologi dan sumber data yang sama dan menganalisis pelaporan keberlanjutan dan kinerja keuangan bank di MENA, wilayah maju dan berkembang dengan menggunakan metode metode momen umum dan sumber data Bloomberg. Studi lain yang dilakukan menemukan kesamaan dalam teori, metodologi, sampel data, dan sumber data untuk mengukur kinerja LST dan bank. Kajian bersifat informatif namun masih terbatas secara luas. Di sisi lain, indikator CSR harus mempertimbangkan alat pembiayaan sosial Islam seperti Zakat, Qard Hasan, deklarasi tidak terlibat bisnis ilegal, Dewan Pengawas Syariah (SSB) dan pengungkapan komite risiko Syariah. Namun, literatur sistematis ini telah meninjau CSR dan kinerja keuangan bank syariah dan konvensional dan mengidentifikasi teori, sampel data, tren pengungkapan CSR, hasil dan merekomendasikan penelitian lebih lanjut.

Tinjauan sistematis ini disusun dalam lima bagian. Bagian pertama membahas teori CSR bank syariah dan konvensional, bagian kedua menjelaskan pengungkapan CSR pada bank konvensional dengan pembahasan lebih lanjut, bagian ketiga menjelaskan pengungkapan CSR pada bank syariah dengan tinjauan dan pembahasan lebih lanjut, bagian keempat adalah skor pengungkapan CSR di bank konvensional dan analisis dan bagian kelima adalah skor pengungkapan CSR di bank syariah. Penelitian ini diakhiri dengan beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Diskusi menambahkan setiap bab untuk menyoroti kesenjangan, masalah, dan panduan yang signifikan. Studi ini dimulai dengan mengumpulkan artikel dengan topik yang menarik: pengungkapan CSR dan kinerja keuangan bank.

Penelitian ini mengidentifikasi total 885 dokumen termasuk artikel, makalah konferensi, kertas kerja, bab buku dan Ph.D. tesis dan mempertimbangkan artikel-artikel yang diterbitkan dalam jurnal peer-review untuk mengesahkan kualitas karya akademis. Penelitian ini telah memilih artikel yang diterbitkan pada indeks berikut yaitu Australian Business Deans Council, Web of Science dan Scopus Index. Selain itu, beberapa artikel yang telah ditemukan diterbitkan dalam jurnal tidak memenuhi syarat sebagai jurnal yang dikenal akademis dan memiliki masalah kualitas dikecualikan. Selain itu, penelitian ini juga menghilangkan makalah konferensi dan Ph.D. disertasi karena tidak dikembangkan untuk publikasi jurnal. Semua abstrak laporan ditinjau, diambil dan daftar referensi diperiksa secara menyeluruh untuk setiap artikel yang relevan lebih lanjut. Setelah tinjauan kritis, 34 artikel tentang CSR dan kinerja keuangan bank dipilih. Dari 34 artikel tersebut, 28 artikel berbasis bank konvensional, dimana hanya 6 artikel yang diterbitkan di bank syariah. Tinjauan ini terutama didasarkan pada pengungkapan CSR dan kinerja perbankan dan hanya mempertimbangkan jurnal yang memenuhi syarat.

Sektor perbankan melegitimasi obligasi antara organisasi dan masyarakat melalui pelaporan CSR. Selain itu dibahas bahwa konsep teori legitimasi didukung oleh pengungkapan CSR bank syariah. Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa teori legitimasi menunjukkan perspektif hukum suatu korporasi terhadap masyarakat. Pendekatan teori keagenan memaksa peneliti untuk mengasumsikan dampak positif dan negatif dari CSR dan kinerja keuangan bank. Teori keagenan mendefinisikan hubungan antara agen ekonomi dan pasar di mana agen bertindak oportunistik untuk profitabilitas. Teorinya lebih pada peningkatan kepuasan pelanggan dan membangun citra perusahaan sementara adopsi strategi CSR mungkin menjadi pilihan. menjelaskan bahwa nilai keuangan dan sumber daya keduanya terhubung, dan konflik keagenan dan moral *hazard* dapat dikurangi jika sistem pengendalian dan pemantauan dibangun dengan cara yang tepat. Di sisi lain, terungkap bahwa berdasarkan teori keagenan, perusahaan hanya melakukan kegiatan CSR ketika mereka butuh saja, sebaliknya CSR merugikan kinerja keuangan bank.

Menurut teori ekonomi neoklasik, pemegang saham mengharapkan efisiensi dari manajer perusahaan. Perilaku bertanggung jawab hanya untuk memaksimalkan keuntungan mematuhi hukum berpendapat bahwa perusahaan harus berkonsentrasi pada keuntungan materi dan menganggapnya hanya sebagai tanggung jawab. Argumen tersebut ditafsirkan bahwa memaksimalkan nilai perusahaan lebih penting daripada penerapan CSR. Selain itu, penelitian sebelumnya membahas teori *slack resource* dalam hubungan antara CSR dan kinerja bank syariah dan peran moderasi tata kelola perusahaan di mana teori tersebut mendukung peran moderasi tata kelola perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan lebih banyak sumber daya menghasilkan lebih banyak keuangan pada praktik keberlanjutan teori telah diambil untuk berhipotesis dan menganalisis hasil penelitian. Ini membantu untuk membangun kerangka utama penelitian dan memprediksi untuk mengasumsikan korelasi variabel dan kemungkinan hasil yang diharapkan di masa depan. Teori membantu hipotesis situasi, asumsi, fenomena dan perilaku yang secara konseptual dikembangkan dan dianalisis secara empiris. Studi sebelumnya telah menguji dan menafsirkan variabel mereka dalam hal teori. Sebagian besar studi telah menggunakan teori pemangku kepentingan, teori keagenan dan teori legitimasi

Studi sebelumnya telah menggunakan teori yang paling umum, realistis dan relevan untuk penelitian. Untuk penelitian lebih lanjut, beberapa teori lain dapat digunakan untuk membuat penelitian ini lebih penting. Seperti 'Teori pensinyalan' mendefinisikan ketika dua pihak terlibat untuk pengiriman dan penerimaan informasi. Dimana satu pihak (individu atau organisasi) memutuskan jenis informasi apa yang akan diberikan dan pihak kedua memutuskan bagaimana menafsirkan informasi tersebut. Informasi adalah transfer sinyal di antara para pemangku kepentingan. Studi sebelumnya telah menggunakan teori sinyal saat menguji CSR dan kinerja keuangan perusahaan. menyoroti bahwa keputusan investor bergantung pada jenis informasi yang mereka terima. Mereka telah menemukan bahwa karena peningkatan pengungkapan CSR, pengembalian saham meningkat secara progresif. Selain itu, teori Maqasid-al-Syariah dapat dipertimbangkan untuk penelitian di perbankan syariah.

Menurut teori, kepentingan umum dalam semua aspek kehidupan (masalah) dilindungi oleh aturan Syariah. Kriteria keberlanjutan bank syariah dapat dibangun dan dibuktikan melalui teori Maqashid-al-syariah untuk membuat studi lebih signifikan. Teori yang akan menjadi acuan untuk identifikasi dan analisis kriteria keberlanjutan perbankan syariah telah menggunakan teori Maqashid-al-syariah sekaligus menguji hubungan CSR dan kinerja perbankan syariah. Selain itu, telah digunakan teori ini untuk menafsirkan efektivitas perbankan syariah. Oleh karena itu, teori Maqashid-al-Syariah berhak untuk membuktikan indeks keberlanjutan bank syariah dan akibatnya saling terkait dengan dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial.

Bank memiliki bagian individual untuk CSR dalam laporan tahunannya karena meningkatnya kepedulian terhadap CSR. Selama ini pengungkapan CSR lebih banyak dilakukan secara *de facto* (praktik dalam kenyataan, tetapi tidak diakui secara resmi) daripada secara *de jure* (diakui secara resmi terlepas dari praktik dalam kenyataan) di sebagian besar wilayah. Sebagian besar penelitian terdahulu membahas pengungkapan CSR yang dilakukan secara sukarela dimana tidak ada kewajiban hukum dimana beberapa penelitian menemukan pembahasan pengungkapan CSR wajib dan wajib hukum di sektor perbankan. Pengungkapan CSR adalah informasi tindakan keberlanjutan, yang mencakup aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola. Kepatuhan CSR tergantung pada otoritas bank atau keputusan dewan dengan mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan.

Studi ini melakukan tinjauan literatur sistematis tentang pengungkapan CSR dan kinerja keuangan bank syariah dan konvensional. Penelitian ini secara kritis meninjau perspektif teoretis, dampak, masalah dan menyarankan penelitian masa depan berdasarkan artikel yang diulas. Studi ini menggunakan metode tinjauan sistematis untuk menganalisis 34 artikel yang diterbitkan antara tahun 1994 dan 2020. Setelah meninjau artikel yang dipilih, beberapa masalah dan rekomendasi perlu disorot. Penelitian yang dilakukan terhadap pengungkapan CSR dan kinerja perbankan tidak cukup untuk sampai pada kesimpulan. Teori yang digunakan oleh penelitian sebelumnya dapat dibenarkan, tetapi sebagian besar penelitian menggunakan teori

umum seperti teori agensi, pemangku kepentingan, dan legitimasi. Teori lain seperti teori signaling dan bagi bank syariah, teori Maqashid-Al-Syariah jarang diperhatikan. Teori-teori berbasis perbankan syariah perlu direvisi karena aktivitas sosial dan etika bank syariah merupakan cerminan dari hukum Islam. Teori-teori ini membenarkan konsep tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan sektor perbankan, dan disarankan untuk digunakan dalam penelitian masa depan. Selain itu, penelitian pengungkapan CSR bank konvensional lebih informatif dibandingkan bank syariah. Situasi yang paling menantang selama penelitian ini adalah kompilasi artikel dari jurnal bergengsi dan berkualitas. Di satu sisi, penelitian yang informatif dan berkualitas perlu dilakukan; di sisi lain, penelitian harus dipublikasikan dalam jurnal yang berkualitas. Hanya enam makalah tentang pengungkapan CSR dan kinerja keuangan bank syariah yang dipilih karena studi yang terbatas. Alasan terbatasnya penelitian tentang CSR dan bank syariah adalah karena keterbatasan data. Dalam keadaan ini, penelitian berbasis sukarela, sponsor penelitian untuk pengumpulan data CSR di perbankan syariah sangat disarankan. Selain itu, salah satu penelitian sebelumnya menganggap Zakat Islam, Qard Hassan dan Sadaqah sebagai komponen CSR, yang benar-benar dibenarkan dalam hal perbankan syariah (Tania, Alhabshi, & Rosman, 2021).

2.3.1.4. Peningkatan Ekonomi Masyarakat Sebagai Dampak CSR

Kebudayaan dapat diartikan sebagai pengetahuan yang telah dimiliki oleh manusia sebagai makhluk hidup yang dapat bersosialisasi. Pengetahuan ini akan digunakan oleh manusia untuk menghasilkan sebuah tindakan ataupun perilaku yang dibutuhkan. Kebudayaan juga dijadikan sebagai pedoman dalam bermasyarakat. Hal ini menyebabkan sebagian tradisi ataupun adat yang telah dilakukan bertahun-tahun sulit untuk diubah. Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini menggunakan budaya sebagai pendorong utama dalam pembangunan ekonomi di masyarakat Pangalengan yang didirikan oleh *Start Energy* Indonesia sebagai bagian dari program CSR. Penelitian ini menetapkan kondisi sosial masyarakat pangalengan sebagai objek penelitian untuk mendapatkan perspektif yang tepat terhadap bagaimana masyarakat

berperilaku dan mengusulkan model program CSR untuk sebuah perusahaan yang mana hasil dari penelitian ini ditujukan untuk masyarakat itu sendiri.

Start Energy Geothermal Limited adalah sebuah perusahaan yang beroperasi dibidang minyak dan gas, perusahaan ini beroperasi di wilayah pangalengan, yang terletak di Wayang Windu. Program CSR Start Energy's yang terletak di wayang windu ini berfokus pada pengembangan potensi masyarakat di bidang pertanian. Upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan potensi masyarakat adalah dengan menyediakan lahan peternakan dan perkebunan buah-buahan. Hal ini dilakukan oleh *Start Energy* dalam upayanya mendukung para petani lokal dalam mengembangkan komoditas unggulan mereka yaitu dari sayuran yang kemudian dikembangkan menjadi ulat sutra untuk produksi sutra yang seharusnya lebih menguntungkan para petani secara ekonomi.

Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah pendekatan budaya yang telah dilakukan dapat menimbulkan perubahan yang baik bagi masyarakat baik dilihat dari sisi ekonomi maupun terhadap nilai-nilai budaya yang akan membawa masyarakat pada sebuah perubahan di masa depan, mengingat kebiasaan dan cara berperilaku setiap orang pada tiap tahunnya pasti berubah diiringi dengan perubahan zaman dan semakin majunya teknologi. Namun dengan adanya perubahan zaman bukan menjadi alasan bahwa sebuah tradisi dihapuskan begitu saja, hanya saja bagian tertentu dari budaya tersebut memiliki sifat dinamis dimana ia dapat beradaptasi sejalan dengan perubahan lingkungan. Saat ini budaya bergantung pada cara kita menafsirkan dan beradaptasi pada perubahan tersebut.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah orientasi nilai dimana metode ini diperkenalkan oleh Kluckhohn dan Strodtbeck pada tahun 1961 dan menggunakan pendekatan Antropologis. Orientasi nilai sendiri memiliki pengertian sebagai sebuah konsep yang khas yang dimiliki oleh seseorang ataupun kelompok, tentang yang seharusnya diinginkan yang mempengaruhi pilihan yang tersedia dari bentuk, cara, dan tujuan tindakan. Perlu diingat bahwa hal yang seharusnya diinginkan dengan hal yang diinginkan adalah dua hal yang berbeda.

Dari penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa sebuah perubahan dapat terjadi apabila seseorang atau kelompok memiliki kesadaran dan kemauan untuk berubah dimana perubahan ini bermanfaat untuk meningkatkan potensi mereka dimasa depan. Perubahan ini juga dapat berjalan dengan sukses akibat kolaborasi dan inovasi yang dilakukan oleh sektor swasta dan masyarakat melalui program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang mengintegrasikan budaya dan ide lokal dalam pelaksanaanya. Penelitian ini juga membuktikan, dengan menggunakan pendekatan budaya sebagai metode utama dalam mengusulkan program CSR yang sesuai melalui *Community Development*. Sehingga hasilnya menunjukkan adanya perubahan positif pada komunitas sasaran baik dari sisi ekonomi maupun orientasi nilai yang membawa komunitas pada pertumbuhan berkelanjutan. Penelitian ini merekomendasikan bahwa potensi ini perlu mendapat perhatian serius dari perusahaan untuk menyikapi program CSR yang tepat bagi masyarakat. Berinvestasi dalam pengenalan dan pengembangan teknologi untuk memperluas pasar lokal untuk memenuhi permintaan Bandung dapat menjadi solusi orientasi jangka panjang untuk mengembangkan ekonomi lokal.

Implikasi dalam penelitian ini ditemukan banyak sekali peran yang dilakukan oleh masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti halnya mereka lihai dalam hal bercocok-tanam yang dilakukan oleh masyarakat. Menanam kentang dan sayur mayur, ada pula masyarakat melakukan pekerjaan sebagai pemetik teh. hal ini mereka lakukan untuk menyambung hidup dan memenuhi kebutuhan hidup mereka tetapi masalahnya adalah banyak dari mereka bekerja pada orang lain atau investor. Hasil yang mereka dapatkan dari proses menanam tersebut sangat melimpah dan potensial tetapi karena ketidak berdayaan mereka dalam memanfaatkan hasil yang mereka kerjakan, sehingga mereka hanya mampu menjual hasil pertanian tersebut kepada investor tanpa tahu harga pasar yang sebenarnya. Mayoritas orang di dalam masyarakat mengatakan bahwa hidup mereka adalah takdir. Mereka cenderung memiliki orientasi waktu pendek dengan sedikit pertimbangan untuk masa depan dan keberlanjutan. Sektor ekonomi mayoritas berasal dari pertanian dengan produk unggulan: kentang, lada, ubi kayu, jagung, dan peternakan sapi perah (penghasil susu

sapi). Meski demikian, mayoritas dari mereka hanya bekerja di bidang pertanian, karena mereka menganggap hasil yang di dapatkan dalam sektor pertanian lebih mudah dan cepat untuk mendapatkan uang. Sehingga Beberapa orang tidak tertarik untuk melakukan/mengembangkan potensi luar biasa yang mereka miliki (Rudito, 2014).

2.3.1.5. Mengkonseptualisasikan CSR dalam Industri Kontruksi dan Hubungannya dengan Pembangunan Berkelanjutan

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan topik yang tengah banyak di perbincangkan beberapa tahun belakangan terkait aktivitas diberbagai sektor usaha. Selama ini para pengusaha hanya memikirkan keuntungan yang besar tanpa mempedulikan kondisi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan dalam menjalankan usahanya. Seperti halnya pada industri kontruksi yang dipandang sebagai salah satu industri yang tingkat tanggung jawab sosialnya masih rendah. Hal ini dikarenakan industri konstruksi banyak menggunakan sumber daya energi dan sumber daya yang berasal dari alam. Dimana hal tersebut dapat merusak keseimbangan lingkungan dan ekosistem serta tingginya tingkat kecelakaan kerja karena kurangnya peralatan kesehatan dan keamanan. Selain itu, industri kontruksi juga banyak memperkerjakan anak-anak dibawah umur untuk mendapatkan keuntungan lebih. Namun, industri kontruksi juga dapat membawa dampak yang baik dan berguna untuk manusia berufa infrastruktur-infrastruktur diberbagai bidang baik itu kesehatan, pemerintahan, hiburan, atau pun pendidikan. Oleh karena itulah, seni tanggung jawab sosial perusahaan dianggap sangat penting dan perlu untuk diterapkan dalam pelaksanaan aktivitas yang berjalan dalam industri konstruksi supaya kebaikan yang dibawa tidak merusak lingkungan.

Studi tentang tanggung jawab sosial perusahaan ini sendiri bertujuan untuk memmberikan tinjauan sistematis dan konsep CSR di industri kontruksi dan juga untuk mengungkapkan dan meng-konsepskan seni tanggung jawab sosial serta untuk menyediakan wawasan CSR dalam industri konstruksi. Tujuan studi tentang tanggung jawab sosial atau CSR ini sendiri dapat tercapai apabila pemangku kepentingan,

lembaga pemerintahan, organisasi, dan masyarakat yang terlibat dapat bekerja sama dan ikut andil untuk mencapai kesuksesan penerapan CSR dalam industri konstruksi.

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini menggunakan dua metode yaitu menggunakan metode deskriptif dan analisis data. Langkah pertama yaitu pencarian sistematis makalah atau kajian ilmiah yang membahas tentang CSR di industri konstruksi, untuk mengetahui kualitas makalah maka digunakanlah metode penelitian deskriptif seperti presentase, frekuensi, dan penggunaan data yang akan dilakukan. Langkah kedua adalah analisis data yang terdiri dari analisis isi deduktif dan induktif dari makalah atau kajian ilmiah yang dibuat dan dipilih untuk mendeskripsikan fenomena penting yang terkandung di dalamnya.

Hasil penelitian dari analisis yang telah dilakukan yaitu dengan deskripsi meliputi waktu, geografi, dan jurnal utama yang membahas tentang CSR. Dengan memilih dengan selektif jurnal yang telah banyak diterbitkan terpilih 35 jurnal yang berbeda yang dapat dikategorikan secara luas, jurnal terkait konstruksi, terkait keberlanjutan, dan terkait bisnis ini dapat membuktikan bahwa subjek CSR dalam industri konstruksi dapat diterima secara luas. Dimana makalah manuscript diterima sebanyak 295 jurnal terkait konstruksi 63,24%, terkait pembangunan berkelanjutan 22,06%, dan terkait tentang bisnis terdapat 14,71%. Selanjutnya hasil penelitian menggunakan analisis induktif dan deduktif adalah bahwa tidak ada persepsi yang seragam mengenai CSR di industri konstruksi terutama karena keragaman dalam proses disiplin di industri. Faktor lain tidak seragamnya persepsi tentang CSR adalah tingkat pengetahuan dan keahlian profesional serta karena lingkungan sosial. Namun, terlepas dari hal tersebut banyak organisasi konstruksi yang menerapkan praktik CSR dengan dimensi yang berbeda-beda yaitu sosial, lingkungan, dan ekonomi. Tapi CSR dimensi sosial yang paling banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan konstruksi.

Kesimpulannya adalah bahwa penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan memberikan tinjauan sistematis terhadap penelitian tentang tanggung jawab sosial perusahaan untuk diungkapkan dan dikonseptualisasikan dalam industri konstruksi. Meskipun masih banyak perusahaan yang menganggap CSR ambigu

karena keberagaman yang luas dalam industry konstruksi. Tapi tetap saja CSR masih dipandang dapat membantu tercapainya tujuan pembangunan keberlanjutan dalam dunia industry konstruksi (Xia, 2018).

2.3.1.6. Persepsi CSR dalam Industri Perhotelan

Kepentingan strategis perusahaan ditunjukkan dalam sebuah studi pada beberapa dekade terakhir untuk menilai praktik tanggung jawab sosial melalui konteks pariwisata dan perhotelan yang telah meningkat. Konsekuensi keuangan dari praktik CSR telah dilakukan pada sebagian besar penelitian untuk perusahaan perhotelan. Penemuan dari studi ini menunjukkan ketidaksesuaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik CSR meningkatkan kinerja keuangan. Di antara studi ini, Jung et al. (2016) menemukan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja perusahaan dalam konteks restoran. Lee, Singal & Kang (2013) menemukan bahwa kegiatan CSR mengurangi kinerja keuangan ketika kondisi ekonomi sedang tidak menguntungkan.

Di samping itu, peneliti memiliki minat untuk memeriksa tanggapan pemangku kepentingan utama terhadap perusahaan perhotelan. Hasilnya, terjadi peningkatan pada praktik tanggung jawab sosial. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa persepsi CSR karyawan hotel tidak berpengaruh langsung positif OCB. Gengsi dan kebanggaan eksternal yang dirasakan dalam organisasi memediasi hubungan tersebut antara persepsi CSR dan *organizational citizenship behavior* (OCB), masing-masing yang mengakibatkan hubungan antara persepsi CSR karyawan dan OCB secara berurutan dan sepenuhnya dimediasi oleh persepsi prestise eksternal dan kebanggaan dalam organisasi. Penemuan ini dibahas dan bersifat teoritis dan implikasi praktis disediakan.

Tulisan ini juga membahas apakah CSR dapat berkontribusi pada perilaku kewarganegaraan karyawan di negara berkembang, yaitu Turki. CSR tingkat mikro penelitian bertujuan untuk menguji bagaimana persepsi karyawan hotel terhadap CSR mempengaruhi OCB dan hubungan yang dimediasi melalui prestise eksternal yang dirasakan dan kebanggaan dalam organisasi yang merupakan studi saat ini. Dengan

demikian, makalah ini memperluas jalur penelitian yang ada dalam empat signifikansi cara. Pertama, memberikan kontribusi untuk memahami kinerja CSR karyawan hotel. Kedua, ia mengeksplorasi berbagai mekanisme yang mendasari persepsi CSR dan mempengaruhi OCB. Ketiga, menilai OCB sebagai variabel hasil, yang kurang dipelajari dalam konteks hotel. Terakhir, hanya sedikit penelitian yang diselidiki hasil CSR-karyawan yang terjaga keamanannya di negara berkembang (Rupp, Shao, Thornton, & Skarlicki, 2013).

Adapun metode yang digunakan yaitu pengukuran, pengumpulan data dan sampel, dan analisis data. Pada pengukuran, semua ukuran diukur pada skala Likert lima poin mulai dari “Sangat tidak setuju” menjadi “sangat setuju”. Sedangkan pada pengumpulan data dan sampel, karyawan hotel yang bekerja di tujuh hotel yang berbeda di Istanbul, Turki termasuk sampel untuk penelitian. Pengumpulan data didasarkan pada wawancara pribadi dan metode drop-collect. Respondennya adalah dipilih melalui metode pengambilan sampel yang mudah. Dan pada analisis data, file Model penelitian diuji melalui *Partial Least Squares Structural* Pemodelan Persamaan (PLS-SEM).

Tidak terlepas dari satu batasan yang terkait untuk mengukur persepsi CSR karyawan hotel, penelitian selanjutnya dapat menguji validitas model penelitian melalui pengumpulan data dengan tidak hanya dari mereka yang ada di hotel tapi juga yang bekerja di subsektor industri pariwisata dan perhotelan seperti industri makanan dan minuman prides serta agen perjalanan. Terakhir, karena keterkaitan antara CSR dan hasil kerja karyawan rumit untuk diperiksa (Supanti & Butcher, 2019), penelitian masa depan dapat mengeksplorasi variabel moderat dalam konteks hubungan ini dan memberikan perspektif yang lebih luas tentang gambaran besar.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa tanggung jawab sosial aktivitas hotel tidak berdampak langsung pada OCB. Namun, mereka menciptakan efek positif melalui mediasi persepsi prestise eksternal dan kebanggaan dalam berorganisasi di OCB. Kedua, file tanggapan karyawan terhadap CSR tampaknya telah dipelajari sebagian besar di negara-negara Barat dan dalam beberapa tahun terakhir di negara-

negara Asia (Fatma, Rahman dan Khan, 2016; Nazir & Islam, 2019). Studi saat ini berkontribusi untuk menghilangkan kekurangan dalam literatur. Terakhir, penelitian dalam beberapa tahun terakhir telah dilakukan mencoba mengungkap variabel mediator melalui model penelitian yang dikembangkan dan saat ini diselidiki baik mediator tunggal dan peran mediator serial dari eksternal yang dirasakan prestise dan kebanggaan dalam organisasi dalam hubungan antara penerima CSR dan OCB. Ini memberikan perspektif yang luas tentang hubungan yang rumit dan kompleks antara CSR dan karyawan sikap dan perilaku (Supanti & Butcher, 2019).

Temuan studi ini memberikan implikasi praktis yang berharga. Dengan cara menjalankan ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan inisiatif yang meningkatkan kualitas hidup warga di wilayah tersebut di mana mereka beroperasi, bisnis hotel dapat memastikan organisasi perilaku kewarganegaraan karyawan. Studi juga menunjukkan bahwa inisiatif CSR dapat berfungsi sebagai alat untuk berkreasi hubungan baik dengan salah satu pemangku kepentingan utama sebagai karyawan yang mengharapkan lebih banyak inisiatif sosial dan lingkungan dari perusahaan dan industri tempat mereka bekerja (Bohdanowicz & Zientara, 2008; Supanti & Butcher, 2019). Di luar perusahaan di industri perhotelan, perusahaan di industri jasa lain seperti perbankan (Farrukh, Sajid, Lee, & Shahzad, 2020), makanan (Glavas & Kelley, 2014), hiburan (Youn et al., 2018) yang di antaranya adalah sikap dan perilaku karyawan sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis, praktik CSR dapat memberikannya keunggulan kompetitif strategis dalam jangka panjang (Bohan, Erhan & Dedeoglu, 2020).

2.3.1.7. CSR dan Provisi dalam Kredit Perdagangan

Hubungan antara CSR dan kredit penyediaan perdagangan memiliki perbedaan pandangan. Pandangan CSR berpendapat bahwa CSR dan pemberian kredit perdagangan terkait atau berhubungan secara positif. Karena CSR sebagai perangkat peningkat kepercayaan yang melengkapi sifat kontrak kredit perdagangan yang tidak lengkap. Pada literatur CSR menunjukkan perusahaan CSR cenderung memiliki kas yang lebih tinggi.

Dalam artikel ini ada perbedaan dari sudut pandang pemasok dan maka dari itu penelitian dalam artikel ini memeriksa apakah perusahaan CSR sebagai pemasok bersedia memberikan lebih banyak atau sedikit kredit kepada pembeli atau pelanggan mereka. Peneliti mengandaikan bahwa perusahaan yang berkomitmen terhadap CSR cenderung memberikan lebih banyak kredit perdagangan kepada pembeli atau pelanggan mereka. Maka penelitian ini bertujuan untuk memahami apakah CSR sebagai pemasok memberikan banyak atau kurangnya kredit perdagangan dan juga memeriksa pengaruh beberapa pandangan tentang bagaimana CSR mempengaruhi pemberian kredit perdagangan.

Dalam artikel ini, terdapat dua cara penyaluran CSR terhadap pemberian kredit perdagangan, yaitu kepercayaan dan penyimpanan uang. Jika dalam hal kepercayaan memandang CSR sebagai alat yang dapat meningkatkan kepercayaan sehingga dapat memfasilitasi pemberian kredit perdagangan. Maka kepercayaan dapat meningkatkan kredit perdagangan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya dalam hal ini adalah pembeli. Yang pertama memprediksi bahwa CSR memiliki dampak langsung pada penyediaan kredit perdagangan, sedangkan yang kedua yaitu CSR menurunkan pemberian kredit perdagangan melalui saluran tunai.

Kepercayaan dapat memberikan mekanisme yang efisien untuk memastikan bahwa kontrak yang tak lengkap seperti kontrak kredit perdagangan dapat berkelanjutan. Metode penelitian untuk menguji penelitian ini yang pertama yaitu menggunakan metode kuadrat kecil untuk menetapkan apakah himpunan himpunan variabel kontrol berguna jika ada hubungan antara CSR dan pemberian kredit perdagangan. Lalu menggunakan metode kemungkinan maksimum untuk memperkirakan model empiris sebagai model persamaan simultan. Metode estimasi two-stage least square untuk mengontrol endogenitas. Dan untuk menguji signifikansi digunakan metode delta standar.

Dalam artikel ini menunjukkan perusahaan rata-rata adalah perusahaan mapan dengan kinerja CSR yang tidak mengesankan bergantung pada pemberian kredit perdagangan untuk menghasilkan penjualan dengan skor rata-rata CSR adalah 0,003

dan rata-rata nilai kredit perdagangan adalah 13,6%. Pada matriks korelasi variabel, korelasi negatif dan signifikansinya 0,01 konsisten dengan pandangan bahwa perusahaan CSR cenderung menawarkan lebih sedikit kredit perdagangan untuk pandangan substitusi tetapi tidak untuk pandangan motif kehati-hatian dan kepercayaan dari CSR. Lalu, kredit perdagangan terkait secara positif dan signifikan terhadap CSR ini menunjukkan bahwa berdampak langsung terhadap kredit perdagangan. Yang mana CSR memiliki dampak langsung dan tidak langsung pada penyediaan kredit perdagangan.

Dari uji hasil dari penelitian ini yang mana terdapat tiga pandangan berbeda tentang hubungan antara CSR dengan pemberian kredit perdagangan. Yang pertama pandangan kepercayaan yang menyatakan bahwa CSR sebagai alat peningkatan kepercayaan dan memperkuat hubungan antara pemasok dan pembeli sehingga meningkatkan kredit perdagangan. Yang kedua pandangan motif kehati-hatian yang menyatakan bahwa kepemilikan kas secara positif terkait dengan kredit perdagangan karena perusahaan cenderung menggunakan kas sebagai lindung nilai terhadap risiko kredit perdagangan. Pandangan ketiga substitusi yang berpendapat bahwa perusahaan cenderung menimbun uang tunai dan menggantinya dengan memberikan kredit perdagangan yang lebih sedikit kepada pembeli karena risiko pembiayaan kembali yang lebih tinggi. Setelah diuji, pandangan kepercayaan dan pandangan motif kehati-hatian menunjukkan bahwa CSR terkait secara positif atau berhubungan langsung dengan pemberian kredit. Dan sebaliknya, pandangan substitusi menunjukkan hasil negatif terkait itu. Hasil penelitian dari artikel ini memberi kontribusi pada perusahaan yang mana menunjukkan bahwa CSR dan pemberian kredit perdagangan dapat meningkatkan kinerja operasi di masa depan (Cheung & Pok, 2019).

2.3.1.8. Mengintegrasikan CSR dengan Media Sosial Untuk Memprediksi Daya Tarik Organisasi

Untuk menarik pelamar yang memiliki nilai-nilai sosial, organisasi berencana untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia nya agar dapat mengomunikasikan

tanggung jawab sosial mereka secara efektif. Hal ini tentunya berada dibawah tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR, dimana hal tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan bagaimana tampilan CSR mempengaruhi citra perusahaan dan hasil *recruitment*-nya.

Belakangan ini, konsultan sedang menyoroiti pentingnya melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan antara CSR, media social, dan rekrutmen. Misalnya, Nielson (2014) menemukan bahwa sebanyak 67% seorang pelamar lebih suka bekerja untuk organisasi yang memiliki tanggung jawab sosial, kemudian studi CSR (2017) menemukan bahwa 79% orang mempercayai komitmen tanggung jawab social perusahaan. Selain itu, Jobvite (2016) menemukan bahwa 48% orang yang melamar kerja menggunakan media social, diantaranya menggunakan media social untuk mengetahui budaya perusahaan tempat ia melamar.

Disini dapat dikatakan bahwa kebanyakan pelamar memperhatikan hal yang berkaitan dengan CSR. Namun ada juga yang menjadikan hal tersebut sebagai perhatian sampingan. Tetapi kebanyakan pelamar mempercayai bahwa CSR itu penting. Sayangnya, saat ini banyak organisasi yang gagal dalam mengiklankan CSR dengan cara menarik pelamar yang memiliki nilai-nilai pro-social. Penelitian ini membahas tiga bidang penyelidikan, yaitu: (1) Jenis konten CSR yang seperti apa yang jika dipaparkan secara online, mampu meningkatkan daya tarik organisasi dan memiliki dampak positif bagi citra perusahaan? (2) Apakah ada manfaatnya jika mengomunikasikan CSR melalui situs jejaring social? (3) Apakah seseorang yang tertarik pada organisasi yang bertanggung jawab secara social sudah memiliki kemampuan yang diperlukan pada tenaga kerja berkinerja tinggi?

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara persepsi CSR global dan daya tarik organisasi, serta bagaimanakah pengaruh ketika mengiklankan CSR secara online, agar membantu menarik pelamar yang berkinerja tinggi. Secara khusus, dilakukan pengujian secara empiris apakah iklan CSR berfungsi di situs web perusahaan dan jejaring sosial lainnya terkait dengan daya tarik organisasi. Kemudian penelitian ini juga menggunakan konseptualisasi Carrol (1991) CSR yaitu terdiri dari

filantropi, lingkungan, ekonomi, dan hukum untuk memeriksa apakah daya tarik organisasi bervariasi sebagai fungsi dari CSR.

Metode penelitian ini menggunakan 850 peserta profesional bisnis di Amerika Serikat yang direkrut melalui Amazon's Mechanical Turk. Ukuran sampel di penelitian ini didasarkan pada analisis kekuatan statistik, yang dilakukan menggunakan ukuran penelitian sebelumnya. Populasi target penulis saat ini ialah pelamar kerja berusia 18 tahun keatas yang berada di Amerika Serikat, yaitu dengan proporsi peserta laki-laki 57,9% dan mayoritas peserta ras Kaukasia yaitu 61,5%.

Bahan yang diperlukan yaitu membuat lima situs web perusahaan tiruan dengan keamanan palsu. Setiap situs web yang aktif dan interaktif memiliki nama domainnya masing-masing, yang terdiri dari halaman Beranda, tentang produk dan layanannya, dan kontrak. Setiap halaman berisi bagian "Kisah Kami" dan "Misi Kami" yang sama. Dan kondisi yang berbeda menyertakan informasi tambahan tentang inisiatif CSR perusahaan. Pada saat menavigasi personal virtual perusahaan, kontribusi untuk menyejahterakan masyarakat adalah sumber utama informasi yang akan dicari dan dievaluasi oleh individu. Oleh karena itu, untuk memanfaatkan nilai-nilai angkatan kerja, organisasi ini harus beralih dari manajemen strategis sumber daya manusia ke hubungan sumber daya manusia yang berkelanjutan, yang sangat penting untuk kelangsungan hidup organisasi dalam jangka panjang.

Dalam melakukan peralihan ini, informasi CSR secara online berpotensi menjadi penggerak persepsi citra organisasi, investasi pemangku kepentingan, akuisisi bakat, dan pada akhirnya keunggulan kompetitif. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi organisasi itu berbeda-beda. Respon yang melihat berbagai jenis informasi CSR secara online, menyediakan dukungan bahwa hubungan sumber daya manusia yang berkelanjutan akan mendatangkan keuntungan strategi bisnis, dan memberikan profesional sumber daya manusia yang merupakan jalan untuk menarik pelamar yang berkualitas.

Variabel kontrol penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, ras (kaukasia & lainnya), dan status mencari pekerjaan (mencari/tidak) yaitu sebagai variable kontrol

biner. Jumlah hubungan sumber daya manusia adalah anggota. Afiliasi politik (liberal, konservatif) dijadikan sebagai variable kontrol berkelanjutan. Setiap peserta menilai afiliasi politik pada skala 5 poin. Mulai dari 1 (sangat menentang) hingga 5 (sangat mendukung). Persepsi CSR global rata-rata lebih signifikan positif daripada individu yang melihat salah satu situs web perusahaan organisasi palsu dan facebook. Persepsi CSR sebagai jenis fungsi juga. Melihat hubungan antara informasi CSR legal dan persepsi CSR global secara signifikan lebih lemah diantara hubungan informasi CSR lingkungan dan persepsi CSR global

Persepsi CSR global pada penelitian kali ini berkaitan dengan persepsi individu tentang sejauh manakah suatu organisasi memiliki tanggung jawab social. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa besar harapan individu untuk berkontribusi pada masyarakat yang berhubungan dengan kebijaksanaan CSR, dimana hal ini dianggap lebih bertanggung jawab secara social daripada pengusaha yang hanya memenuhi CSR dasar. Frasca dan Edwards (2017) berpendapat bahwa hubungan sumber daya manusia secara umum dan facebook secara khusus mampu menyediakan informasi yang lebih luas daripada web. Ini tidak menganggap bahwa situs web adalah media usang untuk mengomunikasikan CSR. Hanya saja butuh penemuan lebih lanjut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi CSR global dan daya tarik organisasi lebih positif daripada hubungan kegiatan CSR dan daya tarik organisasi. Hal ini berhubungan dengan bagaimana CSR diiklankan, dimana organisasi memiliki tingkat kendali yang substansial. Pada gilirannya, persepsi organisasi orang untuk mencapai peningkatan diri harus secara interaktif mempengaruhi daya tarik organisasi.

Meskipun hasil penelitian menunjukkan hasil yang signifikan dari jenis CSR dan media presentasi CSR global terhadap daya tarik organisasi, penulis berpendapat bahwa informasi CSR harus diproses sebelum berfungsi sebagai daya tarik organisasi. Efek tidak langsung yang diteliti dalam penelitian ini bahwa pelamar kerja perlu menafsirkan pesan yang tertanam dalam CSR agar informasi CSR mampu memfasilitasi daya tarik organisasi.

Meskipun CSR dan daya tarik organisasi beriklan, kemungkinan besar CSR bergantung pada factor individu. Pada kenyataannya, organisasi yang mengiklankan konten yang berisi pesan tegas akan menarik individu yang peduli dengan kesejahteraan masyarakat. Pada akhirnya, hasil menunjukkan bahwa kemungkinan persepsi CSR global memiliki hubungan secara parsial antara kesadaran dan daya tarik organisasi (Belinda, et.al., 2018).

2.3.1.9. Penerapan CSR dalam Budaya Organisasi UMKM

Usaha kecil dan menengah memainkan peran utama dalam menciptakan lapangan kerja dan dapat meminimalkan tingkat pengangguran untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Pengangguran tidak terjadi dengan sendirinya hanya karena kesulitan dalam hal ketertarikan. Adanya kebudayaan yang berbeda antara perusahaan asing dan organisme lokal dapat mempengaruhi mentalitas pekerja yang akan mampu meningkatkan kesulitannya. Kompleksifitas penyeimbangan antara tenaga kerja asing dan tenaga kerja lokal di Negara perusahaan di dirikan akan menyebabkan penarikan massal pekerja dalam konteks budaya dan menimbulkan tantangan daya tarik pekerja dan retensi tenaga kerja. Beberapa waktu terakhir ini, mereka lebih mempertimbangkan kembali dimana tempat keberadaan dari tempat mereka bekerja dengan melihat kualitas hidupnya.

HRM dan CSR telah di terima secara umum sebagai suatu bidang yang terpisah. Namun aliansi antara kedua hal ini sudah tepat dilakukan oleh perusahaan. Karena hasil organisasi yang baik antara pihak eksternal dan internal. Penelitian CSR pada umumnya difokuskan pada faktor-faktor eksternal seperti dimensi sosial, lingkungan, dan ekonomi dan fokus HRM terutama di sisi internal perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Lauritsen dan Perks (2015) pada persepsi anak muda dan orang dewasa terhadap suatu supermarket di Inggris, mereka berpendapat bahwa penetapan sistem HRM pada CSR dapat menguntungkan perusahaan dengan reputasi atau citra pada merek produk yang akan memfasilitasi dan meningkatkan daya tarik para

karyawannya. Praktek ini juga memiliki keuntungan dalam memotivasi dan membuat karyawan bertahan.

Banyak peneliti dan manajer yang menyetujui bahwa praktek CSR membawa dampak yang sangat positif bagi citra dan reputasi perusahaan. Serta hasil studi yang menunjukkan bahwa prakteknya mampu meningkatkan ekuitas merek dan citra bisnis. Adanya kinerja sosial menimbulkan hal positif kepada pemangku kepentingan bisnis. Seorang manajer harus memperhatikan segala bentuk kegiatan CSR di lingkungan Internal perusahaan, seperti dengan memberi tahu karyawan berbagai kegiatan CSR eksternal di lingkungan perusahaan, karyawan dapat meningkatkan prestise eksternal perusahaan mereka, sehingga merangsang adanya perilaku prososial atau proaktif. Oleh karena itu penelitian ini ingin memverifikasi hubungan masing-masing aspek lingkungan pekerja, dimensi mental sosial CSR terhadap citra perusahaan dan memotivasi pegawainya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak dari CSR atau tanggung jawab sosial terhadap citra perusahaan pada usaha kecil dan Menengah dan motivasi karyawan pada variabel kemampuan dimensi sosial seperti pengelolaan sumberdaya manusia dan masyarakat sekitar perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis untuk menganalisis data primer tentang konsep CSR dalam bentuk survey. Survey tersebut di peroleh dari 39 UKM yang bekerja di Negara berkembang. Jumlah dari 34 kuisisioner yang diselesaikan dikembalikan dan selanjutnya akan digunakan untuk analisis konten pada penelitian ini, dan menghasilkan tingkat respon sebanyak 64%.

Adanya tanggung jawab sosial mampu menciptakan pengaruh yang positif bagi citra dan reputasi perusahaan dalam kaitannya dengan korelasi. Dengan adanya praktek CSR, di masing-masing dimensi lingkungan bisnis memiliki dampak bagi citra perusahaan. Berdasarkan penelitian ini disimpulkan bahwa CSR berpengaruh pada bagian citra perusahaan maupun bagian motivasi karyawan. Tidak menutup kemungkinan bahwa citra suatu perusahaan yang baik adalah suatu aset untuk menarik tenaga kerja dan membuat para pegawai bertahan di perusahaan. Suatu perusahaan

yang bergerak dibidang tanggung jawab sosial akan dipandang secara positif tidak hanya oleh karyawannya saja tetapi juga oleh para pencari kerja. Citra dan reputasi positif dalam dunia bisnis merupakan suatu kekuatan strategis untuk memiliki keunggulan yang kompetitif.

Dengan adanya CSR berpengaruh dalam budaya perusahaan UKM yang dilakukan pada penelitian ini. Ada implikasi signifikan yang harus dipertimbangkan. Disatu sisi, mempertimbangkan dimensi lingkungan dalam praktek CSR memiliki arti yang sangat penting dan berpengaruh besar dalam hal daya tarik. Kemudian, pada perusahaan UKM praktek CSR memiliki peranan penting dalam memotivasi karyawan mereka yang selanjutnya akan membawa nama baik pada usaha yang dijalankan dan berperan penting dalam peningkatan profitabilitas. Disisi lain, adanya praktik CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi karyawan maupun citra perusahaan, tetapi ada yang moderat pada korelasi atas konstruksi. Selanjutnya yang menarik pada studi ini adalah adanya fakta bahwa citra perusahaan dan motivasi SDM adalah faktor yang menyebabkan adanya daya tarik pada perusahaan sehingga mewakili tantangan yang dihadapi oleh strategi perusahaan.

Seorang karyawan yang termotivasi cenderung bertahan dimana tempat ia bekerja apabila perusahaan tersebut lebih menuntut memperhatikan pada kebijakan kualitas hidup untuk karyawannya dan memperhatikan dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan. Maka, CSR merupakan sesuatu yang harus diperhatikan oleh manajer perusahaan untuk memastikan keberlangsungan usaha mereka terutama untuk UKM yang masih kurang dalam hal daya tarik dan retensi karyawannya. Dengan adanya tanggung jawab perusahaan maka karyawan akan mempersepsikan secara positif suatu perusahaan tempat ia bekerja atau tempat yang ingin dia lamar bekerja secara positif dan akan termotivasi (Getele, Li, & Arrive, 2020).

2.3.1.10. CSR dan Kinerja Perusahaan: Studi Kasus pada Industri Perbankan Sub-Saharan Afrika

Dewasa ini, tanggung jawab perusahaan menjadi salah satu perhatian utama karena beberapa pihak turut menyadari bahwa CSR tidak kalah penting karena dengan adanya tanggung jawab perusahaan maka secara tidak langsung hal tersebut menaikkan nilai perusahaan selain memberikan kontribusi langsung maupun tidak langsung bagi masyarakat. Tanggung jawab perusahaan umumnya difokuskan pada perusahaan manufaktur, kimia, pertambangan dan lain-lain yang memiliki keterkaitan atau dampak langsung pada lingkungan. Namun, sektor di luar hal yang telah disebutkan yaitu seperti sektor perbankan harusnya tidak terlepas dari tanggung jawab perusahaan karena mereka juga memberikan dampak bagi lingkungan contohnya melalui penggunaan sumber daya alam yang tidak sedikit seperti kertas, listrik, dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan data dari sektor perbankan yang menjadi sampel dalam penelitian yaitu Bank RSA dan Bank of Mozambik. Lalu data tersebut akan diaplikasikan menggunakan model regresi untuk kemudian dianalisis dan menghasilkan sebuah kesimpulan dalam penelitian. Untuk populasi yang dipilih dalam penelitian ini ialah sektor perbankan yang terletak di Afrika Sub-Saharan. Hal tersebut dilatarbelakangi karena pada *range area* tersebut minim penelitian yang dilakukan terkait topik pembahasan pada artikel ini. Sementara untuk sampel ialah bank-bank peringkat 10 teratas pada periode 2012-2016 pada Bank Republik Afrika Selatan dan Bank Sentral Mozambik dengan ketentuan memiliki layanan serta regulasi perbankan yang serupa. Data yang digunakan hanya terbatas pada 2012-2016 atau selama 5 tahun hal ini dikarenakan terbatasnya akses terhadap data yang dibutuhkan. Pada artikel ini akan diungkap hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan serta dampak adanya pengungkapan CSR terhadap kinerja pada sektor perbankan yang terletak di Afrika Sub-Sahara. Adapun teori yang melandasi penelitian ini adalah tiga teori yaitu teori legitimasi, teori agensi dan teori *stakeholder* (Manrique dan Marti Ballester ,2017) yang mana teori yang menjadi fokus utama ialah teori *stakeholder* dalam pengujian hipotesis dan hubungan antar variabel.

Pada penelitian ini, variabel dependen ialah komponen dari *financial performance* yang diukur dengan menggunakan nilai dari *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Sementara untuk variabel independen ialah CSR. Sebelum dilakukannya uji empiris pada penelitian ini, terlebih dahulu peneliti melakukan uji statistik deskriptif pada sampel yang ada. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima. Adapun dari penelitian ini implikasi yang diharapkan ialah kesadaran akan pentingnya pengungkapan CSR bagi sektor perbankan sekalipun karena hal ini dapat memberikan dampak bagi *financial performance* perusahaan serta dapat menambah nilai perusahaan (Siuea, Wang, & Deladem, 2019).

2.3.1.11. CSR dan Keterlibatan Kerja dari Industri Hotel

Bertahun-tahun sebelumnya, CSR telah menjadi topik penting bagi peneliti dan praktisi (Gürlek, Düzgün, & Uygur, 2017; Levy & Park, 2011). CSR ini telah menyediakan strategi hubungan pemangku kepentingan yang membawa keunggulan kompetitif dan lebih banyak keuntungan finansial bagi suatu organisasi. Organisasi sendiri dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan memenuhi berbagai tuntutan pemangku kepentingan dengan menggunakan bantuan dari CSR. Oleh karena itu, pemeriksaan hubungan antara CSR dan sikap pemangku kepentingan sangat berharga bagi organisasi dan peneliti.

Secara umumnya, studi yang telah dilakukan di industri perhotelan ini meneliti CSR dari prespektif pelanggan, tetapi mereka kurang dalam memperhatikan sikap karyawannya yang merupakan pemangku kepentingan yang sangat penting dalam industri perhotelan. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada CSR dari prespektif karyawan ini masih sangat terbatas. Karena krisis Keterlibatan Kerja atau *Work Engagement* (WE) ini munculah pertanyaan “Bagaimana CSR dapat meningkatkan WE?”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut penelitian ini mengambil bantuan dari *Perceived External Prestige* (PEP) dan juga *Organizational Identification* (OI) yang didasarkan dengan literatur psikologi sosial. Studi yang dilakukan di industri hotel ini meneliti anteseden Keterlibatan Kerja atau WE dari 3 perspektif yaitu: Perspektif

Individu (contohnya itu kepribadian), Perspektif Kerja (contohnya otonomi pekerjaan atau kerja), dan yang terakhir yaitu Karakteristik Kelembagaan (dukungan sosial).

Penelitian ini menggunakan 7 hipotesis yaitu: (1) Pengaruh CSR terhadap WE, kegiatan CSR ini menciptakan hubungan pertukaran sosial yang berkualitas tinggi antara organisasi dan karyawan. Oleh karena itu, CSR menciptakan dua jenis timbal balik antara organisasi dan karyawan. Pertama, yaitu tanggung jawab sosial terhadap karyawan yang menciptakan keterbatasan timbal balik. Kedua, sosial tanggung jawab terhadap lingkungan, masyarakat dan pelanggan timbal balik umum. Maka didapatkan bahwa H1: CSR berpengaruh positif pada WE; (2) Pengaruh CSR terhadap PEP, Sinyal yang dihasilkan dapat meningkatkan PEP di mata pemangku kepentingan. Karena kegiatan CSR ini dianggap oleh pihak eksternal sebagai pemangku kepentingan untuk menilai suatu PEP, mereka juga dianggap penting oleh para karyawan. Jadi dengan kata lain, karyawan yang mengamati bahwa organisasi tempat mereka bekerja fokus pada kegiatan CSR dapat berpikir demikian dirasakan secara positif oleh pihak eksternal. Maka didapatkan bahwa Hipotesis 2 berpengaruh positif. H2: CSR berpengaruh positif terhadap PEP; (3) Efek PEP terhadap WE, Tidak ada bukti empiris di industri perhotelan tentang dampak PEP pada pekerjaan WE. Namun, ada beberapa penelitian yang menyelidiki hubungan serupa dengan penelitian ini. Dimana salah satunya, yaitu Tuna, Ghazzawi, Yesiltas, Tuna, dan Arslan (2016) yang mengungkapkan bahwa PEP itu dapat meningkatkan kepuasan kerja. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa Hipotesis 3(H3) juga diterima, dimana: H3: PEP memiliki efek positif pada WE; (4) Pengaruh CSR terhadap OI, CSR dapat meningkatkan nilai identitas sosial karyawan sebagai anggota organisasi CSR dengan mendukung identifikasi organisasi dengan memperkuat kebanggaan dalam keanggotaan organisasi. Untuk itu, kegiatan CSR memberikan sebuah status bergengsi bagi organisasi yang dapat meningkatkan OI. Karena itu ditemukan di dalam studi empiris bahwa CSR itu dapat meningkatkan OI. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 4 (H4) diterima, karena H4: CSR berpengaruh positif terhadap OI; (5) Efek yang ditimbulkan OI terhadap WE, teori identitas sosial menunjukkan bahwa

mengidentifikasi dengan kelompok yang spesifik dalam konteks sosial yang menciptakan persepsi tentang takdir bersama. Dalam konteks organisasi, disisi lain, karyawan yang diidentifikasi dengan organisasi yang mempertimbangkan takdir organisasi sebagai takdir mereka sendiri. Dari penelitian ini prespektif, kemungkinan tingkat WE karyawan telah diidentifikasi diri dengan organisasi pada tingkat tinggi, yang akan meningkat karena merkea akan menghubungkan kinerja organisasi dengan kinerja mereka sendiri. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 5 juga diterima, karena H5: OI memiliki efek positif pada WE; (6) PEP memediasi pengaruh CSR pada WE, CSR dapat meningkatkan keterlibatan kerja melalui PEP. Dalam hal ini, jika organisasi melaksanakan kegiatan CSR yang berorientasi pada pemangku kepentingan, PEP oleh karyawan kemungkinan besar akan meningkat, dan sebagai hasilnya, karyawan akan terlibat dalam pekerjaan mereka di sebuah tingkat yang lebih besar. Dimana dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 6 (H6) juga diterima, karena H6: PEP memediasi pengaruh CSR pada WE; (7) OI memediasi CSR pada WE, Singkatnya, kegiatan CSR dapat meningkatkan OI dengan meningkatkan rasa hormat dan rasa memiliki karyawan terhadap organisasi. Untuk karyawan sangat mengidentifikasi diri mereka dengan organisasi, keberadaan mereka sangat terkait dengan keberadaan organisasi. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 7 (H7) juga diterima, karena H7: OI memediasi pengaruh CSR pada WE.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, yang pertama ada sampel penelitian dan prosedur dimana datanya dikumpulkan dari karyawan dan manajer hotel bintang empat dan lima di provinsi Antalya, Turki. Dalam pemilihan sampel, terdapat file daftar hotel dengan Izin Operasi (2017) yang diterbitkan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata digunakan. Terdapat 38 perusahaan perhotelan diantaranya yaitu 11 hotel bintang empat dan 27 hotel bintang lima yang telah diterima untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Yang kedua itu ada Pengukuran Variabel, dimana dalam penelitian menggunakan Skala Likert 7 poin, dimana dalam skala itu terdiri dari empat dimensi (karyawan, pelanggan, masyarakat dan lingkungan) dan juga 18 poin.

Untuk hasil deskriptif, dimana didapatkan rata-rata, deviasi standar dan nilai korelasi dari variabel dalam hasil penelitian disajikan pada Tabel 1. Yaitu Rata-rata CSR, independent variabel, adalah 5.17. Rata-rata variabel lain adalah PEP 5.44; OI 4.98 dan WE 5.75. CSR memiliki hubungan yang positif dengan WE ($r = 0,65$, $p < 0,01$), PEP ($r = 0,79$, $p < 0,01$) dan OI ($r = 0,68$, $p < 0,01$). PEP ($r = 0,65$, $p < 0,01$) dan OI ($r = 0,64$, $p < 0,01$) adalah dalam hubungan yang positif dengan WE. Terakhir, PEP ($r = 0,63$, $p < 0,01$) adalah dalam hubungan positif dengan OI. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini CSR itu mempunyai pengaruh signifikan terhadap PEP, OI, dan juga WE. Dimana disaat menggunakan metode penelitian hipotesis didapatkan bahwa semua variable yang ada memiliki pengaruh yang positif terhadap CSR.

2.3.1.12. Inovasi Bertanggung Jawab dalam Industri dalam Hubungannya dengan CSR

Pada konsep inovasi yang bertanggung jawab (RI) , bahwasanya perusahaan akan berusaha agar para pelaku bisnis (internal/eksternal) dapat memiliki rasa tanggung jawab atas inovasi yang diciptakannya. Konsep inovasi yang bertanggung jawab sebenarnya dapat pula diterapkan di industri yang ada di pasar bebas. Namun, terdapat hambatan untuk melaksanakannya dikarenakan pasar bebas cenderung sulit mengeluarkan “pengorbanan” yang berkaitan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial. Pada jurnal ini, yang menjadi fokus utama ialah penekanan sikap inisiatif perusahaan terhadap CSR dalam mempromosikan inovasi yang bertanggung jawab/*responsible innovation* (RI). Di sisi lain, dengan memilih tata kelola industri yang paling efektif bagi perusahaan untuk mempromosikan RI (misalnya adanya inovasi teknologi) dapat mempermudah perusahaan memanfaatkan CSR, yang pada akhirnya memberikan dampak positif bagi masyarakat dan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, memasukkan unsur RI dalam pengembangan teknologi produk baru sangatlah perlu dilakukan oleh perusahaan. Selain itu, terdapat pula masalah atau isu yang mungkin terjadi pada inovasi yang bertanggung jawab (RI), misalnya : menjelaskan kelemahan teknologi/produk yang diciptakan (apa saja kelemahan dari

yang paling kecil sampai besar, adakah dampak atas teknologi tersebut), apakah RI dapat mempengaruhi tata kelola perusahaan ?, ada keraguan terhadap suatu hal “apakah hal tersebut selaras dengan RI atau tidak”, dan sebagainya.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Lalu, pada topik *corporate citizenship* atau kewarganegaraan perusahaan, di dalam jurnal tersebut penjelasannya menggunakan pendekatan integratif dan untuk topik CSR atau tanggung jawab perusahaan, dijelaskan menggunakan pendekatan filantropi. CSR pada dasarnya tercipta ketika dapat memberikan manfaat profitabilitas jangka panjang bagi manajemen dan pemangku kepentingan. CSR dan inovasi pada awalnya hanya berkaitan dengan dua pengembangan saja yaitu, kewirausahaan sosial dan teknologi bersih yang berfokus pada kesadaran lingkungan. Sehingga, CSR perlu diperluas ke pengembangan teknologi baru lainnya agar RI dapat menarik perhatian perusahaan lainnya (mempromosikan RI). Selain itu, perluasan CSR harus sesuai dengan ISO 26000 yang berisikan mengenai standar CSR Namun, untuk mempromosikan RI tidak hanya dibutuhkan CSR yang baik, perlu juga kerangka kerja manajerial yang baik seperti kewarganegaraan perusahaan/*corporate citizenship* (CC).

Kewarganegaraan perusahaan (CC) sedikit berbeda dengan CSR. Kewarganegaraan perusahaan lebih kepada etika perusahaan ketika berhadapan dengan pihak lain atau dapat dikatakan pula CC merupakan implementasi dari CSR yang telah disesuaikan. Selain itu, CC merupakan konsep yang diterapkan di WEF, menggunakan pendekatan integratif dan memiliki 5 tahapan, yaitu : 1. Tahap dasar; 2. keterlibatan; 3. inovatif; 4. terintegrasi; dan 5. Transformasi. Kemudian, CSR dan CC keduanya memberikan pengaruh yang baik dalam mempromosikan RI, akan tetapi yang lebih berpengaruh secara efektif terhadap RI ialah CC, karena menurut hasil responden eksekutif di Center for *Corporate Citizenship*, mengemukakan bahwa antara kinerja perusahaan dan CC baik itu di bidang sosial, lingkungan dan tata kelola bisnis sangat berkontribusi baik terhadap tujuan strategis bisnis. Sehingga, CC dianggap dapat membantu mempromosikan RI pada teknologi baru (seperti sektor ekonomi manufaktur saat ini, misalnya: di bidang bioteknologi, nanoteknologi, lingkungan, dan sebagainya).

Kesimpulannya, CSR umumnya diterapkan karena dapat memberikan keuntungan atau profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan terkhusus pemangku kepentingan dan juga masyarakat. CSR diatur dalam ISO 26000 (standardisasi). Kemudian, untuk mempromosikan RI ke teknologi lainnya, dibutuhkan CSR yang baik dan CC atau kewarganegaraan perusahaan yang baik pula. CC sendiri ialah implementasi dari CSR yang telah di sesuaikan dengan kebijakan yang ada di perusahaan. Antara CC dan CSR, yang paling berpengaruh bagi RI ialah kewarganegaraan perusahaan (CC). Kewarganegaraan korporate CC adalah kerangka kerja manajerial yang akan paling efektif mempromosikan RI pada ekonomi manufaktur maju, yang berkaitan dengan bioteknologi, nanoteknologi, teknologi informasi, lingkungan, dan sebagainya.

Dengan adanya RI yang akan diterapkan di perusahaan nantinya, maka akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan, misalnya, perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dalam mengembangkan produk baru seperti, “Apakah produk tersebut sesuai dengan RI?”. Dengan adanya RI, tentu CSR dan CC perusahaan juga akan semakin baik pula. Dan ketika RI telah benar-benar di implementasikan dengan baik, maka perusahaan dapat mengantisipasi hal yang tidak diinginkan, yang dapat merugikan perusahaan terkhusus pemangku kepentingan dan pihak eksternal, i.e., masyarakat, dll. (Hemphill, 2016).

2.3.1.13. Mengurangi Kelangkaan Tenaga Kerja Terampil melalui Program CSR: Studi di Sebuah Perusahaan Besar di Indonesia

Korporasi merupakan kumpulan orang dan/atau kekayaan yang terorganisasi, baik merupakan badan hukum maupun bukan badan hukum. Secara global, korporasi diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan masyarakat di lingkungan sekitarnya, hal inilah yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan CSR. Namun para pemimpin perusahaan sering dihadapkan dengan dilema ketika melakukan investasi melalui CSR dengan tujuan keberlanjutan perusahaan. Artinya, komitmen perusahaan dalam melakukan CSR

tergantungan dengan kebijakan yang diambil oleh pemimpin perusahaan. Sejauh ini, studi tentang tanggung jawab sosial perusahaan sebagian besar hanya terfokus pada hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan, hanya sedikit literatur yang memberikan pengetahuan tentang bagaimana CSR dapat memberikan hasil yang diharapkan.

Selain CSR, model lain yang dapat dilakukan untuk mewujudkan keberlanjutan perusahaan adalah modal sosial. Modal sosial merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kapabilitas penduduk miskin guna meningkatkan taraf hidup mereka, tetapi masih dibutuhkan data empiris untuk mendukung pernyataan tersebut. Selain itu, Granovetter (2005) mengemukakan bahwa hubungan antara sisi ekonomi dan sisi non-ekonomi kehidupan sosial masih belum jelas, ia berpendapat bahwa modal sosial dapat menjelaskan hubungan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat menjelaskan hubungan antara sisi ekonomi dan sisi non-ekonomi kehidupan sosial.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang “mengapa dan bagaimana konsep kepemimpinan yang bertanggung jawab, CSR, modal sosial, dan keberlanjutan perusahaan berkembang dalam praktik korporasi”. Melalui penelitian ini, diharapkan perusahaan terutama yang beroperasi di negara berkembang dapat mencapai kinerja perusahaan berkelanjutan serta berkontribusi dalam memperbaiki kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Penelitian ini mengacu pada salah satu perusahaan besar yang ada di Indonesia, yaitu PT Astra Internasional Tbk (Astra). Perusahaan ini telah memiliki 227 anak perusahaan; lebih dari 227.000 karyawan; dan kapitalisasi pasar sebesar Rp 330 triliun (Astra Internasional, 2018). Artikel ini akan memberikan penjelasan tentang mengapa dan bagaimana PT Astra International Tbk berkontribusi dalam mengatasi kelangkaan tenaga kerja terampil di Indonesia melalui Politeknik Manufaktur Astra (POLMAN) sejak tahun 1995.

PT Astra International Tbk, dipilih secara *purposive sampling* untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu menjawab pertanyaan mengapa dan bagaimana konsep kepemimpinan yang bertanggung jawab, CSR, modal sosial, dan keberlanjutan

perusahaan berkembang dalam praktik korporasi, peneliti menemukan bahwa pendekatan studi kasus merupakan pendekatan yang paling tepat untuk digunakan. Penelitian ini menggunakan tiga sumber data, yaitu dokumen, arsip-arsip, dan wawancara semi terstruktur. Peserta wawancara berasal dari manajer perusahaan Astra, Manajer Yayasan Astra Bina Ilmu (YABI), dan penerima manfaat POLMAN. Selain itu, artikel ini akan berfokus pada salah satu Yayasan yang didirikan oleh Astra untuk meningkatkan pengembangan pengetahuan, yaitu Yayasan Astra Bina Ilmu (YABI) yang bertanggung jawab dalam menjalankan Politeknik Manufaktur Astra (POLMAN).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan data yang sudah diperoleh, dapat kita ketahui bahwa POLMAN telah berkontribusi pada kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari sisi ekonomi, POLMAN telah berkontribusi dalam menghasilkan pasokan teknisi secara berkesinambungan yang terampil, memahami teknologi yang digunakan perusahaan industri, dan siap untuk bekerja. Astra juga menyerap 60-70 persen lulusan POLMAN, dan selebihnya bekerja di perusahaan lain atau menjadi pengusaha. Kemudian dari sisi sosial, POLMAN telah berkontribusi dalam menyediakan politeknik manufaktur yang berkualitas serta dengan biaya yang terjangkau sehingga memungkinkan siswa dari keluarga yang kurang mampu dapat mengenyam Pendidikan yang baik. Selain itu dari sisi lingkungan, secara tidak langsung POLMAN berkontribusi melalui integrasi standar Astra *Green Company* (AGC) ke dalam kurikulumnya sehingga lulusan POLMAN dapat melakukan proses produksi yang bersih dan tentunya akan berdampak baik terhadap lingkungan. Penelitian ini telah menjawab pertanyaan "mengapa dan bagaimana konsep kepemimpinan yang bertanggung jawab, CSR, modal sosial, dan keberlanjutan perusahaan berkembang dalam praktik korporasi" melalui bukti empiris dari POLMAN yang dapat menunjukkan keterkaitan keempat konsep tersebut. Kesimpulannya, program Politeknik Astra menegaskan bahwa pimpinan Astra telah mendorong dan memfasilitasi pelaksanaan program CSR yang membangun modal sosial sehingga dapat berkontribusi pada pencapaian kinerja keberlanjutan perusahaan secara simultan.

Astra secara tidak langsung telah berkontribusi dalam dalam pengentasan kemiskinan melalui pendidikan kesempatan kerja yang baik.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan menggambarkan bagaimana kepemimpinan yang bertanggung jawab, melalui program CSR, dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan dan pengentasan kemiskinan. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi terhadap praktik manajemen dengan memberikan pengetahuan bagaimana sebuah perusahaan dapat memitigasi masalah sosial untuk mencapai tujuan yang berkelanjutan di negara berkembang (Bhinekawati & Bradly, 2019).

2.3.1.14. Mengevaluasi Pengaruh Komunikasi CSR terhadap Pelanggan Telepon Seluler

CSR telah menjadi perbincangan bisnis yang umum. Ada sedikit keraguan bahwa CSR telah diakui sebagai strategi penting untuk segala jenis perusahaan. Di lain sisi, beberapa peneliti mencatat bahwa tingkat investasi CSR yang sungguh-sungguh kemungkinan sudah dibesar-besarkan. Maka, banyak perusahaan yang juga mendiskusikan tanggung jawab sosial mereka kepada para *stakeholders*. Di lain sisi, perusahaan dapat membangun reputasi melalui tindakan CSR yang dapat membantu perusahaan mendapatkan legitimasi organisasi. *Retailer* juga menghabiskan banyak uang dan waktu untuk kegiatan CSR agar dapat mempengaruhi konsumen dan mendorong *retailer* untuk berupaya agar kegiatan CSR dapat terwujud. Perusahaan juga cenderung menganggap inisiatif CSR mereka dan komunikasi yang terjadi akan diterima oleh pelanggan dengan baik. Industri telekomunikasi global memiliki pendapatan melebihi US\$ 2 triliun, jalur pertumbuhan 4% dari sebelumnya di lima tahun, melibatkan lebih dari satu juta bisnis, dan pertumbuhan tercepat terjadi di pasar negara berkembang. Karena peningkatan tersebut sangatlah baik, paper ini bertujuan untuk membahas masalah-masalah tersebut dengan menginvestigasi evaluasi pelanggan mengenai dampak inisiatif CSR pada perilaku pelanggan, serta mengusut

apakah kepercayaan menjadi penengah di hubungan-hubungan tersebut. Fokus konteks penelitian ini adalah konsumen telepon genggam di Thailand.

Sudah banyak penelitian yang meneliti mengenai hubungan antara CSR dan respon pelanggan tetapi hasilnya masih belum jelas. Beberapa penulis juga menyatakan bahwa seharusnya ada hubungan yang positif antara CSR dan respon pelanggan. Misalnya, investigasi inisiatif CSR diketahui dapat membangkitkan respon emosional yang tinggi, seperti intensi untuk membeli. Tetapi, ekspektasi pelanggan pada berbagai masalah CSR tentunya berkaitan dengan pengaruh merek. Maka dari itu, banyak yang mengilustrasikan respon emosional ini sebagai rasa apresiasi kepada perusahaan karena melakukan kegiatan CSR. Jika pelanggan melihat kelayakan tindakan CSR, maka mereka akan merespon dengan baik. Hal ini tentunya dapat diilustrasikan dengan konsep nilai komunitas dari *1990 work of Morris Holbrook*. Tetapi, reputasi CSR juga dipercaya memiliki efek yang lemah pada ketertarikan pusat perbelanjaan secara keseluruhan. Maka, peneliti mengajukan bahwa reputasi CSR dan nilai komunitas seharusnya dikaitkan dengan kesetiaan pelanggan, termasuk perkataan dari mulut.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengusut lebih lanjut mengenai evaluasi relatif dari dua set pengetahuan CSR mengenai respon pelanggan khususnya perkataan dari mulut ke mulut. Tak hanya itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara evaluasi pelanggan terhadap kelayakan inisiatif CSR yang baru untuk target audiens yang dituju.

Data dikumpulkan dengan kuesioner laporan mandiri dengan mengembangkan 5 variabel pada skala *multi-item*. Skala untuk mengukur reputasi CSR diambil dari Tian et al. (2011) dan hal yang digunakan untuk mengukur kepercayaan diambil dari Vlachos et al. (2009). Skala untuk menghitung rekomendasi dari mulut ke mulut mengenai inisiatif CSR diambil dari karya van Doorn et al. (2010). Item untuk biaya peralihan diambil dari Martinez dan Rodriguez del Bosque (2013), untuk skala nilai masyarakat yang dirasakan pelanggan dari inisiatif CSE diadaptasi dari Sheth et al. (1991). Pendekatan dalam penelitian ini juga mengikuti pendekatan Bhattacharya et al. (2009, p 261). Instrumen survei berisi sketsa pendek mengenai informasi CSR yang

baru, menggunakan siaran pers. Siaran pers ini dibuat berdasarkan praktek perusahaan yang sebenarnya. Penelitian ini juga menggunakan vinyet untuk memastikan bahwa pernyataan mengenai reputasi CSR yang dirasakan responden penyedia layanan telepon seluler disajikan di awal. Format ini mengurangi kemungkinan akan skala ini untuk dipengaruhi oleh inisiatif CSR yang baru. Kuesioner dikembangkan dalam bahasa Inggris. Jika vinyet tersebut telah jelas dan pertanyaannya sesuai, maka kuesioner akan diterjemahkan ke bahasa Thailand.

Sampel diambil menggunakan pendekatan dengan mengunjungi pusat perbelanjaan yang sibuk dan mengajak orang untuk berpartisipasi di Bangkok, Thailand. Peneliti mendapatkan 258 kuesioner yang diisi oleh responden yang 55.4% perempuan di kelompok usia 18-24 tahun dengan 29.5% berusia 25-34 dan 14.37% berusia di atas 34 tahun. Hasilnya, beberapa hipotesis terbukti tetapi yang lainnya tidak. Misalnya, nilai komunitas yang dirasakan terhadap variabel dependen (perkataan dari mulut ke mulut) terbukti signifikan. Di lain sisi, hasil penelitian membuktikan bahwa nilai komunitas yang dirasakan terhadap pergantian biaya tidaklah signifikan. Lalu, hasil penelitian membuktikan bahwa reputasi CSR terhadap perkataan mulut ke mulut tidak signifikan sama halnya dengan reputasi CSR terhadap pergantian biaya juga tidak signifikan. Selanjutnya, hasil penelitian reputasi CSR terhadap kepercayaan adalah signifikan sedangkan kepercayaan sebagai penengah dampak nilai komunitas yang dirasakan terhadap pergantian biaya juga signifikan. Lalu, nilai komunitas yang dirasakan terhadap perkataan mulut ke mulut juga signifikan tetapi tidak sama dengan nilai komunitas yang dirasakan terhadap pergantian biaya dimana hasilnya adalah tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa, kepercayaan memediasi sepenuhnya pengaruh reputasi CSR pada kedua hasil pelanggan, pergantian biaya dan dari mulut ke mulut.

Penelitian ini mengenalkan sebuah konstruksi respon pelanggan kognitif yang baru yang disebut nilai komunitas yang dirasakan pelanggan dari inisiatif CSR. Penelitian ini juga memperluas penelitian sebelumnya mengenai pengaruh informasi reputasi CSR dan inisiatif. Penelitian ini juga meneliti persepsi aktual tentang inisiatif CSR yang jarang diteliti. Tak hanya itu, penelitian ini juga yang pertama

mengembangkan serta menguji variabel untuk mengukur suatu persepsi. Penelitian ini juga membahas persoalan mengenai hubungan respon CSR secara umum dan secara khusus (Chomvilailuk & Butcher, 2016).

2.3.1.15. CSR dan *Financial Fraud*: Studi Kasus di China

Perekonomian dunia selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu CSR sebenarnya sudah lama diperkenalkan oleh perusahaan multinasional ke China pada tahun 1990. Pada saat itu China bukan hanya sedang melakukan pembangunan ekonomi tetap juga sedang membahas permasalahan lingkungan termasuk hak perlindungan tenaga kerja. CSR merupakan suatu kebijakan yang diharapkan masyarakat kepada perusahaan. Dalam hal ini perusahaan wajib untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mematuhi hukum, etika dan kebijaksanaan dari kewajiban bisnis yang diharapkan. Untuk mendorong perusahaan maka pemerintah pusat mengeluarkan beberapa pedoman yang digunakan agar perusahaan berpartisipasi dalam mewujudkan CSR.

Penipuan keuangan merupakan hal yang mungkin saja sering terjadi dalam perusahaan. Beberapa studi akademis bahkan menunjukkan bahwa tidak menutup kemungkinan akan terjadi kesalahan mengelola keuangan, hal ini terjadi karena lemahnya pengawasan tata kelola perusahaan. Penipuan keuangan juga dapat terjadi karena kecemburuan ekonomi yang terjadi di lingkungan perusahaan. Berdasarkan hasil studi, faktor yang mempengaruhi terjadinya penipuan keuangan perusahaan di China yaitu memiliki ekonomi yang unik dan sistem hukum yang belum berkembang.

Untuk tanggung jawab sosial dan perilaku perusahaan menunjukkan bagaimana perusahaan tersebut memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan bagaimana perilaku perusahaan untuk memenuhi kewajibannya terhadap negara. Penghindaran pajak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan yang seringkali tidak dipenuhi sehingga akan berakibat sanksi negatif pada penilaian perusahaan. Selanjutnya adalah berkaitan dengan manajemen laba yang mengacu pada praktik dimana manajer menjalankan kebijakan akuntansinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar perusahaan mengenai CSR dan penipuan keuangan perusahaan. Dalam makalah ini juga menyelidiki apakah CSR dapat mengurangi penipuan keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di China dari tahun 2009-2014, penelitian ini menemukan skor secara signifikan dan negatif terhadap kecenderungan perusahaan untuk penipuan keuangan yang menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki skor CSR yang lebih tinggi cenderung tidak melakukan aktivitas penipuan keuangan. Dengan kata lain hasil CSR yang lebih banyak mengurangi kecurangan akuntansi dan kecurangan pengungkapan dibandingkan jenis lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti mengembangkan 2 hipotesis yaitu hubungan negatif antara CSR dan penipuan keuangan perusahaan. Untuk hipotesis ini dapat dilihat dari berbagai perspektif seperti kinerja keuangan dan perspektif tata kelola. Perspektif kinerja keuangan, CSR dapat meningkatkan profitabilitas dan pada akhirnya mampu mengurangi tekanan finansial yang dapat memicu terjadinya penipuan keuangan dalam perusahaan. Dalam perspektif ini CSR dikaitkan secara negatif dengan risiko keuangan dan secara positif dengan kinerja perusahaan dan pengembalian saham. Perspektif tata kelola, CSR sangat berkaitan dengan sistem tata kelola internal perusahaan, tata kelola yang baik mampu membatasi kesempatan untuk mencegah terjadinya kecurangan. CSR bersama nilai-nilai etika, dan tata kelola perusahaan yang baik mampu meningkatkan efektivitas perusahaan. Selanjutnya hipotesis hubungan positif antara CSR dan penipuan keuangan perusahaan. Perusahaan yang terlibat dalam CSR untuk melegitimasi posisi sosial mereka dan membangun reputasi yang baik, maka disini CSR sebagai alat untuk menyembunyikan penipuan keuangan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan model regresi logistik, yang dimana variabel dependen penipuan adalah variabel dummy. Data yang digunakan didapatkan dari Riset Pasar Saham dan Akuntansi China, penipuan terindikasi dalam laporan penegak hukum yang dikeluarkan lembaga pemerintah Tiongkok. Yang selanjutnya diklasifikasikan menjadi tiga kategori penipuan, yaitu *Fraud Accounting*, *Fraud*

Disclosure dan *Fraud Others*. Mengenai variabel independen utama menggunakan skor CSR sebagai analisis utama. Sampel yang digunakan adalah semua perusahaan China yang terdaftar di saham Shanghai atau Shensen periode 2009-2014. Setelah melakukan observasi lebih lanjut maka diperoleh sampel akhir sebanyak 2.742. Dalam penelitian ini mendefinisikan variabel CSR Score sebagai 0 (nol) jika perusahaan tidak mengeluarkan CSR.

Secara keseluruhan, hasil empiris menunjukkan bahwa CSR berhubungan negatif dan signifikan dengan kejadian penipuan, menunjukkan bahwa CSR dapat secara efektif mengurangi kemungkinan penipuan aktivitas perusahaan. Efek ini lebih terasa untuk perusahaan dengan sukarela CSR dan keterlibatan CSR berkelanjutan. Penelitian ini menemukan bahwa CSR dapat memoderasi dampak positif dari penipuan pada biaya hutang dan ekuitas perusahaan, lalu yang dilakukan selanjutnya dengan memeriksa mekanisme di mana CSR dapat mempengaruhi keuangan perusahaan penipuan dan menemukan bahwa efek negatif CSR lebih terasa bagi perusahaan dengan tekanan keuangan dan kelemahan dalam pengendalian internal. Implikasi dari penelitian ini adalah implikasi teoritis dan manajerial, yang memberikan kontribusi literatur yang muncul mencoba memahami peran CSR dalam bisnis praktek. Teori etika moral menyatakan bahwa CSR mencerminkan etika perusahaan, moral dan CSR dapat mencegah dan mengurangi terjadinya pelanggaran perusahaan (Liao & Zheng, 2019).

2.3.1.16. CSR dan Pola Kinerja Perusahaan Publik di Kanada

Berdasarkan teori pemangku kepentingan dan mempertimbangkan kepentingan kinerja yang saling bertentangan dari berbagai pemangku kepentingan, penelitian ini menyelidiki pola kinerja perusahaan menggunakan analisis kluster dimensi kinerja keuangan, sosial, dan lingkungan. Analisis sampel Kanada dari 771 pengamatan perusahaan-tahun untuk periode 2014–2018 mengungkapkan tiga jenis kinerja perusahaan: kinerja yang berfokus pada keuangan, kinerja yang seimbang, dan kinerja yang berfokus pada CSR. Perusahaan di kluster terbesar, kinerja yang berfokus pada

keuangan, memberikan kinerja berkelanjutan yang buruk dan memprioritaskan kinerja keuangan di atas kinerja sosial dan lingkungan.

Tujuan pembangunan berkelanjutan telah mengubah bagaimana kinerja perusahaan dievaluasi, dengan kinerja keuangan unidimensional sekarang digantikan oleh ukuran multidimensi kinerja berkelanjutan perusahaan yang mempertimbangkan kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi Perusahaan menghadapi empat tantangan mengenai keberlanjutan: tantangan ekologi untuk meningkatkan efektivitas ekologi perusahaan, tantangan sosial untuk meningkatkan efektivitas sosial, tantangan ekonomi untuk meningkatkan nilai pemegang saham, dan tantangan integrasi di mana perusahaan berusaha untuk meningkatkan profil kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi mereka sekaligus.

Seperti yang dapat diharapkan, pemangku kepentingan berbeda dalam pentingnya mereka atribut untuk berbagai aspek kinerja termasuk pemangku kepentingan keuangan (investor dan kreditor) dan regulator di antara audiens yang relevan untuk pengungkapan CSR tetapi menganggap pemerhati lingkungan sebagai publik sekunder. Penulis ini juga menyoroti heterogenitas kepentingan investor, mulai dari fokus risiko/pengembalian hingga kekhawatiran CSR terkait dengan lingkungan dan etika reksa dana investor. bertujuan lebih tinggi dan menemukan harapan pemangku kepentingan dan isu-isu spesifik yang harus ditangani sesuai dalam upaya mereka untuk meningkatkan kinerja perusahaan mereka Mengingat bahwa pelanggan, karyawan, dan organisasi non-pemerintah (LSM) kini telah ditandai sebagai pendorong utama keterlibatan CSR perusahaan, studi terbaru mengkritik fokus penelitian sebelumnya pada pemangku kepentingan tertentu seperti investor atau lingkungan. Sebaliknya, mereka menyarankan mengadopsi pendekatan integratif untuk menilai kinerja perusahaan.

Matriks bentuk keberlanjutan perusahaan mereka terdiri dari enam jenis atau tahap pengembangan keberlanjutan: keberlanjutan pra-keberlanjutan dan kepatuhan, didorong oleh keuntungan, kepedulian, sinergis, dan holistik. Sebagai cara untuk menyelidiki pola kinerja perusahaan, studi saat ini dimulai dengan juga melihat

kemungkinan area fokus serupa yang terdiri dari berbagai dimensi kinerja, seperti kinerja keuangan atau CSR. Beberapa perusahaan mungkin didorong oleh tujuan keuangan atau CSR, sedangkan yang lain mungkin menyeimbangkan dan menggabungkan tujuan keuangan dan CSR untuk meningkatkan reaksi strategis perusahaan yang diselidiki kinerjanya terhadap tujuan keberlanjutan dan mengembangkan kerangka kerja untuk menganalisis integrasi perusahaan dari strategi karbon dan lingkungan. Menghasilkan potret empiris strategi lingkungan dan karbon untuk sampel yang mencakup periode 2013–2016, mereka mengidentifikasi empat kelompok strategi “terintegrasi”: strategi pasif ganda (melibatkan pengamat pasif dari tujuan berkelanjutan), strategi yang berfokus pada lingkungan (menyediakan batu loncatan). untuk kepedulian lingkungan), strategi integrasi transformasional (pendekatan terpadu proaktif untuk tujuan keberlanjutan), dan strategi fokus karbon (memprioritaskan target karbon di atas komponen lingkungan lainnya). Studi ini menggali lebih dalam dan menyelidiki hasil dari penerapan strategi tersebut.

Karena kinerja perusahaan adalah konsep multidimensi, kami mengeksplorasi pola struktural kinerja. Tujuan penelitian kami adalah untuk menyelidiki pola yang menyeimbangkan dimensi kinerja keuangan dan CSR, dan dalam melakukannya, kami juga mengeksplorasi profil setiap jenis pola kinerja. Daripada menyelidiki langkah-langkah keberlanjutan perusahaan, kami menggunakan kerangka teori pemangku kepentingan untuk memeriksa sejauh mana perusahaan yang terdaftar di Kanada telah mengintegrasikan kinerja keuangan dan CSR. Karena investor adalah salah satu publik relevan yang ditargetkan oleh CSR, kami mempertimbangkan tingkat kinerja keuangan dan CSR perusahaan dalam profil perusahaan yang komprehensif. Analisis kluster dengan tahap pembuatan profil berdasarkan faktor-faktor ini membantu dalam memahami tata kelola perusahaan dan karakteristik spesifik perusahaan. Sebagian besar perusahaan sampel berfokus secara finansial (47,6%) dan berkinerja lebih baik secara finansial daripada perusahaan lainnya tetapi paling lemah dalam hal kinerja sosial dan lingkungan. Mereka memiliki dewan terkecil, persentase wanita terendah di dewan, dan leverage tertinggi, dan hanya 39% dari mereka yang beroperasi di industri

yang peka terhadap lingkungan. Perusahaan yang menampilkan akun kinerja yang seimbang untuk 25,7% dari sampel dan melebihi hasil rata-rata untuk sampel di ketiga jenis kinerja. Perusahaan-perusahaan ini memiliki dewan yang lebih besar, lebih banyak wanita di dewan, dan leverage yang lebih rendah dan lebih besar daripada perusahaan yang berfokus pada keuangan. Terakhir, perusahaan yang berfokus pada CSR menyumbang 26,7% dari sampel dan lebih menyukai kinerja sosial dan perusahaan daripada kinerja keuangan. Perusahaan-perusahaan ini memiliki ukuran dewan terbesar, lebih banyak anggota dewan independen, dan persentase direktur wanita terbesar. Mereka beroperasi terutama di industri yang peka terhadap lingkungan (66,0%) dan lebih besar dari perusahaan yang berfokus pada keuangan. Studi ini berkontribusi pada literatur tentang kinerja berkelanjutan perusahaan dengan menggambar potret empiris yang komprehensif dari tingkat kinerja perusahaan yang sebenarnya. Ini menawarkan wawasan baru ke dalam prioritas perusahaan Kanada mengenai kinerja perusahaan mereka. Tipologi klaster menyoroti keragaman perusahaan Kanada dan karakteristik perusahaan dan tata kelola yang spesifik untuk setiap klaster. Temuan kami memperluas kerangka keberlanjutan.

Menelusuri evolusi kinerja berkelanjutan perusahaan dari sampel Kanada selama periode 2014–2018 dan membandingkan evolusi ini dengan temuan literatur sebelumnya yang meneliti bagaimana strategi perusahaan telah berubah sehubungan dengan target keberlanjutan. Penelitian kami memiliki beberapa implikasi praktis. Hasil penelitian ini memberikan tolak ukur bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya yang dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan yang berkelanjutan dengan lebih baik. Profil perusahaan dan tingkat empiris kinerja berkelanjutan yang disediakan di sini akan membantu manajer, direktur, dan regulator untuk lebih memahami kinerja perusahaan saat ini dan menemukan metode untuk memperbaikinya. Akhirnya, identifikasi pola kinerja kami akan memberikan perusahaan, investor, dan regulator dengan titik referensi untuk menilai kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan adalah konsep dinamis yang telah berkembang mengikuti perubahan pendekatan teoritis tanggung jawab perusahaan. CSR terdiri dari peningkatan keuntungan. Sesuai dengan pandangan sempit CSR, kinerja keuangan satu dimensi adalah ukuran maksimalisasi keuntungan pemegang saham. Metode pertama yang digunakan dalam literatur untuk menangkap kinerja perusahaan adalah pengukuran kinerja keuangan satu dimensi yang berpusat pada pemegang saham. Hal ini karena tren yang dominan pada saat itu adalah untuk memenuhi tujuan keuangan investor dan pemegang saham di atas pemangku kepentingan lainnya. Kinerja keuangan diukur melalui ukuran akuntansi, ukuran pasar, atau campuran keduanya.

Seperti disebutkan sebelumnya, mengembangkan kerangka keberlanjutan yang terdiri dari enam tingkat keberlanjutan perusahaan yang berbeda: keberlanjutan pra-korporat, di mana perusahaan memiliki aspirasi keberlanjutan; keberlanjutan perusahaan yang digerakkan oleh kepatuhan, yang hanya dipandu oleh kepatuhan terhadap aturan dan peraturan; keberlanjutan perusahaan yang digerakkan oleh keuntungan, di mana integrasi tujuan sosial, etika, dan ekologis berkontribusi pada keuntungan finansial perusahaan; peduli keberlanjutan perusahaan, yang melampaui tujuan kepatuhan dan keuntungan untuk menyeimbangkan atau memberikan kepentingan yang sama terhadap aspek kinerja lingkungan, ekonomi, dan sosial; keberlanjutan perusahaan yang sinergis, yang memanfaatkan sinergi antara ketiga dimensi kinerja di atas; dan keberlanjutan perusahaan holistik, praktik keberlanjutan perusahaan yang terintegrasi sepenuhnya.

Singkatnya, literatur sebelumnya telah berfokus pada ukuran kinerja satu dimensi atau indeks, metrik, atau indikator kinerja keberlanjutan. Mengingat pentingnya menyeimbangkan keuntungan, manusia, dan planet ini, pendekatan multi-pemangku kepentingan kami mempertimbangkan memperhitungkan tujuan yang saling bertentangan dari berbagai pemangku kepentingan, mulai dari maksimalisasi kekayaan pemegang saham hingga pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini menyelidiki pola kinerja perusahaan menggunakan analisis kluster dari dimensi kinerja keuangan, sosial, dan lingkungan.

Temuan kami memungkinkan kami untuk menganalisis evolusi perusahaan kinerja keberlanjutan sampel Kanada kami selama periode 2014 hingga 2018. Secara umum, jumlah perusahaan dengan kinerja seimbang terus meningkat selama periode penelitian, sedangkan jumlah perusahaan yang berfokus pada keuangan atau CSR menurun menjelang akhir periode penelitian. Tren ini konsisten dengan "evolusi integrasi strategis perusahaan meskipun ada jeda antara integrasi strategis dan perolehan jenis kinerja tertentu, karena waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk menerapkan strategi yang dijelaskan oleh penulis terakhir. Pada tahun 2013, setengah dari sampel mereka berada dalam postur pasif ganda, pola yang setara dengan kinerja yang berfokus pada keuangan, sedangkan pada tahun 2016 kurang dari sepertiga perusahaan mereka berada di kluster ini. "Kluster integrasi transformasional", yang setara dengan konsep kinerja seimbang yang disajikan di sini, juga tumbuh (2013–2016). Studi kami membuat beberapa kontribusi. Ini menawarkan wawasan baru tentang prioritas kinerja perusahaan dari perusahaan Kanada. Gugus tipologi menyoroti keragaman posisi perusahaan Kanada dan menunjukkan dengan tepat karakteristik perusahaan dan tata kelola tertentu untuk setiap kluster. Tipologi ini menawarkan gambaran terkini tentang hasil penerapan strategi organisasi. Selain itu, makalah ini memperluas kerangka keberlanjutan dan menawarkan ilustrasi empiris dari hasil yang diperoleh dengan menerapkan strategi terintegrasi. Temuan kami memungkinkan untuk menganalisis evolusi kinerja berkelanjutan perusahaan sampel Kanada untuk periode 2014–2018 dan untuk membandingkan evolusi ini dengan literatur sebelumnya tentang evolusi strategi perusahaan mengenai target keberlanjutan. Ini berkontribusi pada literatur tentang kinerja berkelanjutan perusahaan dengan menggambar potret empiris yang komprehensif dari tingkat kinerja aktual. Hasil penelitian ini memberikan tolak ukur bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya dan akan meningkatkan penilaian kinerja berkelanjutan perusahaan. Profil perusahaan dan tingkat empiris kinerja berkelanjutan perusahaan akan membantu manajer, direktur, dan regulator untuk lebih memahami kinerja saat ini dan menemukan metode untuk memperbaikinya. Akhirnya, identifikasi pola yang disajikan di sini memberikan

perusahaan, investor, dan regulator dengan titik referensi untuk menilai kinerja perusahaan. Penelitian kami memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, kami menggunakan skor lingkungan dan sosial Bloomberg untuk menilai kinerja lingkungan dan sosial. Ini adalah ukuran kinerja tidak langsung berdasarkan pengungkapan yang dilaporkan sendiri seperti laporan CSR, laporan tahunan, situs web perusahaan, dan survei Bloomberg eksklusif yang secara langsung meminta data perusahaan. Mengingat sifat sumber informasi ini, beberapa kesenjangan dapat terjadi antara diri - pengungkapan yang dilaporkan dan kinerja aktual. Dengan menggunakan ukuran dewan, independensi, dan keragaman sebagai karakteristik tata kelola perusahaan penelitian di masa depan dapat memperluas profil kinerja ini dengan menggunakan karakteristik tata kelola lainnya seperti kehadiran komite, keahlian dewan, dualitas CEO dan kursi dewan, atau struktur kepemilikan (Radu & Smaili, 2021).

2.3.2. CSR di Negara Berkembang

2.3.2.1. CSR di Industri Pertambangan pada Negara Berkembang

Zambia merupakan salah satu negara yang sukses pada tahun 1930an dengan industri pertambangan tembaga yang besar. Untuk itu, Zambia ingin mengeksplor segala sumber daya alam yang dimiliki oleh negara tersebut namun digagalkan oleh pengelolaan ekonomi yang salah dan mengimbangi harga global mineral. Kemudian, industri pertambangan tembaga ini dipegang oleh perusahaan swasta dan pada saat itu sewa mengalir bebas keluar negeri, meningkatkan tarif pajak, dan melakukan gerakan untuk menasionalisasi sehingga mengakibatkan perekonomian di Zambia jatuh bebas dan industri pertambangan tembaga tersebut kekurangan investasi. Oleh karena perusahaan tembaga ini membutuhkan investasi, perusahaan tembaga ini melakukan sebuah cara agar investor tertarik untuk investasi di perusahaan tembaga ini dilakukanlah penjualan tembaga dengan harga yang lebih murah dari biasanya yang mereka jual di pasaran dengan sebuah perjanjian rahasia dan pembebasan pajak dan ketika Zambia sedang dalam kondisi buruk seperti ini, organisasi internasional memaksa

Zambia mengambil alih kepemilikan suatu perusahaan milik swasta, *Zambia Consolidated Copper Mines (ZCCM)*, agar menutupi hutang dan korupsi.

Pada pembangunan pertambangan tembaga yang telah dilakukan sejak lama ini memberikan dampak pada sektor ekstraktif yang besar atau peningkatan kegiatan industri yang mengambil bahan baku dari alam secara langsung dan penambangan dengan kebutuhan akan akses eksklusif atas tanah, seringkali menghasilkan persaingan politik skalar seputar aktivitas pertambangan yang dimana masyarakat lokal memperebutkan penguasaan undang-undang tersebut. Terdapat empat aspek dari hal ini yang membentuk sektor ekstraktif yang besar antara lain distribusi eksternalitas, pembangkitan dan distribusi sewa, hubungan transnasional, serta dinamika kelas yang berubah. Adapun tujuan dari penelitian dalam jurnal ini adalah untuk membawa literatur tentang penyelesaian politik ke dalam dialog dengan praktik perusahaan pertambangan di negara berkembang, memberikan gambaran umum tentang penyelesaian politik dan kaitannya dengan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan sebelum mengeksplorasi sektor sumber daya alam, dampak terhadap nasional dan lokal, penyelesaian politik, serta aspek tanggung jawab sosial perusahaan yang disoroti oleh pendekatan ini dan mengetahui maknanya bagi tata kelola sumber daya alam dan pembangunan inklusif.

Ada banyak batasan kelembagaan dan kontekstual yang ditempatkan pada kemampuan program CSR untuk memberikan pembangunan bagi komunitas yang terkena dampak. Peluang program CSR ditujukan kepada mereka yang memiliki kapasitas terbesar untuk mengganggu operasi daripada mereka yang paling membutuhkan. Oleh karena itu, mereka dapat menghasilkan bentuk-bentuk baru inklusi dan eksklusif - termasuk mereka yang memiliki kekuasaan dan mengecualikan orang lain yang tidak memiliki kekuasaan. Dalam literatur penyelesaian politik tidak memberikan gambaran yang pasti untuk kebijakan pembangunan, ada lapisan yang sangat berpotensi untuk melibatkan politik tanggung jawab sosial di sektor ekstraktif. Berikut beberapa kontribusi yang berguna dalam pendekatan, yaitu penawaran kerangka kerja tunggal yang koheren secara konseptual untuk menganalisis tanggung

jawab sosial sektor ekstraktif di negara-negara berkembang dengan memberikan penjelasan tentang mengapa program CSR kurang sesuai dengan kondisi yang ada, dampak pembangunannya yang terbatas, dan konsekuensi politiknya. Lalu, menempatkan kekuasaan dan politik dalam tanggung jawab sosial di sektor ekstraktif sebagai pusat analisis, memeriksa apakah koalisi dapat membahas tentang tanggung jawab sosial perusahaan sektor ekstraktif secara layak dari melihat bagaimana perusahaan pertambangan memperluas jangkauan mereka untuk memasukkan bagaimana hal ini diterima dan bagaimana kelompok lokal menggunakan sumber daya yang ditawarkan untuk tujuan mereka sendiri, serta memegang kekuasaan dan politik stabilitas menunjuk pada ciri-ciri utama tanggung jawab sosial perusahaan sektor ekstraktif. Selanjutnya, fokus pada koalisi, lembaga informal dan peran arus sewa dalam menstabilkan ini membantu memperjelas proses inklusi dan eksklusif yang secara terpusat membentuk distribusi manfaat dari tanggung jawab sosial perusahaan sektor ekstraktif.

Dengan menguraikan elemen pendekatan penyelesaian politik dan menerapkannya pada sektor pertambangan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Kerangka tersebut kemudian diterapkan di Zambia untuk menggambarkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan dan mengeksplorasi dampak nasional dan lokalnya. Hal ini menyoroti konsekuensi tanggung jawab sosial bagi pemerintahan dan inklusi dengan memperdebatkan hal itu, dalam konteks penyelesaian politik yang eksklusif, praktik perusahaan pertambangan dapat mengurangi potensi perubahan dan pembangunan yang inklusif. Pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan dalam banyak kasus ditujukan untuk mempertahankan keadaan yang ada dan berusaha mengurangi risiko investasi dan menghasilkan stabilitas operasional dalam konteks pergolakan ekonomi dan lingkungan yang cukup besar, praktik tanggung jawab sosial tidak banyak memberikan tantangan, dan dapat bekerja untuk memperkuat penyelesaian politik klientalis.

Hal ini kemudian memberikan wawasan yang berguna tentang kondisi dan kapasitas kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mewujudkan

pembangunan yang dijanjikan secara implisit dan eksplisit. Namun, literatur juga tidak banyak berbicara tentang elemen kunci dari dinamika yang dibahas dalam makalah ini. Misalnya, keberadaan permukiman politik lokal yang memiliki koalisi dan aktor yang berbeda dengan nasional serta bagaimana sejarah dan ingatan diartikulasikan. Gagasan yang menggerakkan debat politik tata kelola sumber daya alam di masing-masing negara studi kasus, membutuhkan pengakuan yang lebih besar dalam literatur ini. Seperti halnya kerangka kerja lainnya yang berfokus pada mekanisme yang menghasilkan stabilitas politik daripada dinamisme mereka, tanpa penanganan yang hati-hati, kerangka tersebut cenderung mengarah pada analisis statis. Hal ini juga yang diinginkan oleh kerangka kerja baru, dilengkapi dengan abstraksi dan jargonnya sendiri yang dapat mengasingkan pembuat kebijakan tanpa penjelasan yang cermat. Singkatnya, literatur menawarkan cara-cara menarik untuk meneliti politik dan tata kelola ekstraksi sumber daya alam jika beberapa keterbatasannya diterapkan secara konstruktif (Frederiksen, 2019).

2.3.2.2. Hubungan Masyarakat dan CSR di Indonesia

Studi CSR dalam organisasi laba telah berkembang secara bertahap dalam beberapa dekade ini, CSR menjadi faktor penting dalam bisnis praktis dan studi ilmiah sehingga CSR seringkali dijadikan sebagai objek penelitian dimana banyak perusahaan yang telah memperoleh manfaat dari penelitian tersebut. Seiring berkembangnya masyarakat, meminta perusahaan untuk beretika dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial tidak hanya terpaku pada aktivitas perusahaan. CSR juga menjadi faktor penting bagi pembeli dengan melakukan evaluasi kredibilitas, evaluasi kecenderungan pasar dan meningkatkan reputasi dalam krisis. Kanji dan Chopra menyatakan bahwa indeks CSR hanya 47,09% sehingga dapat disimpulkan bahwa implementasi CSR perlu dievaluasi.

Indonesia merupakan negara pertama yang menyatakan CSR menjadi wajib bagi seluruh perusahaan di Indonesia, dikarenakan alasan lingkungan dan banyaknya pelanggaran yang dilakukan perusahaan multinasional di Indonesia. UU Nomor 40

Tahun 2007 Pasal 74 menyatakan bahwa CSR wajib bagi seluruh perseroan terbatas yang beroperasi di bidang usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam, UU Nomor 25 Tahun 2007 Pasal 15 menyatakan bahwa CSR wajib bagi perusahaan investasi melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan padahal dalam undang-undang tersebut belum menentukan ukuran CSR.

Menurut Studi Chapple & Moon (2005) mengungkapkan bahwa di antara 7 negara di Asia Indonesia mendapat skor terendah yaitu 24% sedangkan India mendapatkan skor tertinggi 72%. Dapat disimpulkan CSR di Indonesia harus di evaluasi dan diteliti lebih lanjut, dan harus diteliti dimanakah posisi humas dalam implementasi CSR. Penelitian ini mengkaji: (1) Bagaimana cara CSR bekerja di Indonesia? dan (2) Dimana posisi humas dalam implementasi CSR?

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survei dimana kuisisioner disebar kepada 250 praktisi bisnis dan kehumasan dari organisasi nirlaba dan perusahaan milik negara yang ada di Indonesia, sayangnya hanya 87 responden yang menyerahkan hasilnya. Dimana dalam soal penanya menggabungkan empat indeks antara Kanji & Chopra dan skala turker dimana skor dalam range 1-5 mulai dari sangat tidak setuju hingga tidak setuju. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi CSR yang ada di Indonesia sebagai negara pertama yang mewajibkan CSR selain itu juga penelitian CSR di Indonesia juga dilakukan dengan tujuan untuk memperluas kajian CSR di negara berkembang karena penelitian banyak dilakukan di megara maju dan sedikit di negara berkembang, tak sampai disitu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui dimana posisi humas dalam implementasi CSR karena sebagian besar penelitian berfokus pada CEO hanya sedikit yang membahas terkait humas meskipun CSR dan humas merupakan tindakan yang berbeda.

Berdasarkan hasil penelitian (tabel 1) jika dilihat secara keseluruhan hasil CSR keseluruhan adalah 74,04% hal ini menandakan CSR sangat tinggi. Jika dilihat dari keempat indeks yang diujikan maka nilai indeks tertinggi adalah akuntabilitas sosial dan investasi sosial sebesar 76,62% dan indeks terendah adalah indeks tata kelola perusahaan dan tanggung jawab ekonomi yaitu sebesar 74,16%, sehingga dapat

disimpulkan bahwa perusahaan di Indonesia melakukan CSR untuk kesejahteraan sosial dengan pendekatan wajib, sesuai dengan pernyataan seluruh perusahaan bahwasannya setiap perusahaan harus bertanggung jawab.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa CSR lebih mengutamakan kepentingan stakeholders dari pada komponen ekonomi, hasil ini memperkuat karya Turker, Khan, Al-maimani, dan Al-yafi yang menyatakan CSR tidak hanya sekedar filantropi murni namun juga bagian bisnis yang terencana. Selanjutnya, mengacu pada hasil penelitian terlihat bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa humas adalah pelaku CSR hal ini didukung pada hasil penelitian untuk CSR sebesar 40,24%. Dapat disimpulkan bahwa CSR adalah perhatian humas, hal ini CSR dipandang sebagai bagian dari komunikasi untuk menciptakan iktikad baik, melayani publik, dan sebagainya. Oleh karena itu CSR adalah faktor penting untuk meningkatkan kredibilitas humas.

Maka dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pendekatan mandatory dalam CSR, CSR ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat, penelitian ini juga menegaskan bahwa sebagian besar perusahaan di Indonesia menganggap bahwa humas adalah penanggung jawab CSR sehingga CSR dapat dijadikan sebagai alat komunikasi untuk menaikkan reputasi perusahaan.

Implikasi dari penelitian ini adalah perusahaan dalam menjalankan CSR dilakukan untuk kesejahteraan masyarakat, masyarakat meminta kepada perusahaan agar tidak hanya berfokus pada profit perusahaan namun juga memperhatikan tanggung jawabnya dalam sosial dan lingkungan. Dalam beroperasi perusahaan menjalankan 4 aspek tanggung jawab sosial perusahaan yaitu tanggung jawab ekonomi yang berarti perusahaan menyediakan layanan dan produk yang baik, tanggung jawab hukum dan etika, yang berarti perusahaan harus patuh kepada hukum dan menjalankan aktivitas operasi sesuai dengan ketentuan yang ada, dan aspek yang terakhir adalah aspek filantropi yang berarti perusahaan berkontribusi langsung dalam mensejahterakan masyarakat. Jika dalam kegiatan operasi melakukan ke empat aspek diatas sesuai dengan yang sudah dijabarkan pada penelitian ini maka tak ada

pihak yang dirugikan, perusahaan bisa mendapatkan keuntungan, kenaikan reputasi dan yang paling penting bisa mensejahterkan masyarakat. Maka dengan hal ini tujuan dari CSR akan berjalan dengan baik dan benar sesuai dengan yang dibahas dalam penelitian ini, bahwasannya perusahaan menjalankan CSR untuk kesejahteraan masyarakat (Rachmat, 2015).

2.3.2.3. CSR dalam *Skilling*

Seiring dengan berkembangnya industri di India semakin meningkat juga permintaan terhadap tenaga trampil. *Skilling* adalah program penting bagi India untuk beberapa tahun kedepan. CSR adalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan pelatihan keterampilan masyarakat. Karena, di India sendiri lembaga pelatihan keterampilan terutama untuk keterampilan teknis tidak dilengkapi dengan baik dalam hal kapasitas dan tenaga untuk menangani permintaan akan keterampilan yang meningkat.

Penelitian ini sendiri bertujuan untuk meneliti dan mempelajari bagaimana kurangnya sertifikasi yang meyakinkan dalam pelatihan keterampilan dapat menyebabkan seleksi yang merugikan di pasar tenaga kerja di India. Elemen penting dalam meningkatkan kemampuan kerja dan potensi produktivitas tenaga kerja miskin dan dapat menjadi alat penting dapat dilakukan dengan pengembangan keterampilan melalui pelatihan terutama pelatihan untuk keterampilan teknis. Keterampilan kerja tim dan pendidikan dasar yang baik sangat penting untuk memungkinkan calon tenaga kerja terlibat dalam pembelajaran seumur hidup serta transisi ke pasar tenaga kerja.

Pada artikel ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yakni metode survei. Dimana pada artikel ini akan menampilkan sampel sampel yang didapatkan dari karakteristik perilaku calon tenaga kerja dan tenaga kerja di India, serta keterkaitannya terhadap perusahaan atau lapangan kerja. 19% dari jumlah penduduk di India adalah kaum muda di umur 15-24 tahun, kelompok usia ini penting karena pada

saat umur inilah calon tenaga kerja memutuskan jenis pelatihan keterampilan apa yang akan dilakukannya.

Sedangkan 50% dari jumlah penduduk di India adalah kelompok usia muda yang dimana kisaran umurnya adalah 15-59 tahun. Rasio populasi pekerja untuk kelompok usia 15-59 tahun menurut status biasa (pekerja utama) adalah 57% di semua tingkat India (60% di daerah pedesaan dan 51% di daerah perkotaan). Pertumbuhan jumlah perusahaan adalah 41,75 antara tahun 2005-2006 dan 2013-2014, sementara lapangan kerja tumbuh sebesar 34,4%. Tenaga terampil sangat dibutuhkan guna memenuhi permintaan industri yang berkembang. Model pelatihan alternatif seperti CSR adalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan pelatihan keterampilan bagi para tenaga kerja maupun calon tenaga kerja. CSR sendiri dapat menumbuhkan inisiatif dari perusahaan agar mereka dapat melakukan program pelatihan keterampilan bagi para tenaga kerja, dimana hal ini akan menghasilkan tenaga kerja yang memadai untuk mengikuti perkembangan industri di India.

Agar setiap program CSR di bidang keterampilan berhasil dan yang mendorong inovasi, diperlukan ekosistem yang mendukung. Ekosistem harus sedemikian rupa sehingga tidak ada penghalang untuk masuk. Pelatihan dengan sertifikasi yang berkualitas baik untuk pelatihan dan peserta pelatihan dipastikan dan paling penting lembaga dibangun sedemikian rupa sehingga insentif untuk semuanya ada di tempatnya. Kurangnya sertifikasi yang meyakinkan dalam pelatihan keterampilan dapat menyebabkan seleksi yang merugikan di pasar tenaga kerja.

Ada dua masalah dalam program pelatihan keterampilan yakni, yang pertama jika pelatihan keterampilan tidak sesuai dengan kebutuhan industri, maka pelatihan tersebut tidak ada gunanya dan mereka yang dilatih akan kesulitan mendapatkan pekerjaan. Kedua, meskipun pelatihan yang dilakukan sesuai dengan standar industri dan disediakan oleh industri itu sendiri tetapi sertifikasi tidak diketahui maka pasar tenaga kerja juga akan gagal untuk dihapus. Kami akan menunjukkan di bagian ini bagaimana hal ini dapat menyebabkan seleksi buruk pada saat seleksi siswa untuk pelatihan serta saat mendapatkan pekerjaan (dalam hal upah). Jika pasar regional dalam

suatu negara terhubung dengan baik, maka harga barang tertentu harus kurang lebih sama di seluruh negara tersebut. Alasan yang sama juga berlaku untuk pasar tenaga kerja.

Upah yang setidaknya sebesar biaya peluang pekerja merupakan upah yang memiliki peluang untuk mempekerjakan pekerja terbaik. Jika perusahaan tidak dapat membedakan hasil yang diharapkan dari jenis pekerja, maka pemberi kerja hanya akan mendapatkan hasil yang diharapkan dari setiap pekerja yang mereka pekerjakan. Kehadiran cukup banyak pekerja dengan produktivitas rendah, oleh karena itu, memaksa upah turun di bawah biaya peluang yang pada gilirannya mendorong pekerja terbaik keluar dari pasar. Namun, begitu pekerja terbaik diusir dari pasar, produktivitas rata-rata angkatan kerja turun, sehingga semakin menurunkan upah yang bersedia dibayar perusahaan. Akibatnya, begitu pekerja terbaik diusir dari pasar, pekerja terbaik berikutnya mungkin menyusul; yang baik kemudian bisa diusir oleh yang biasa-biasa saja.

Di India, salah satu lembaga yang ada yang memberikan pelatihan dalam perdagangan teknik dan non-teknik adalah ITI. Untuk lebih banyak partisipasi industri dan untuk mengimbangi permintaan industri, beberapa ITI telah ditingkatkan menjadi *center of excellence* (COE) melalui model kemitraan publik-privat. CSR sebagai moda pembiayaan pelatihan keterampilan dapat menjadi sarana yang efektif untuk mencapai hasil pendidikan vokasi di negara ini. Penting untuk melihat inisiatif CSR dari sudut pandang penerima manfaat. Sertifikasi dapat membantu siswa mendapatkan entri untuk proses seleksi di sebuah perusahaan. Mendapatkan pekerjaan setelah proses wawancara yang ketat mungkin tidak berhasil jika kualitas pelatihannya buruk. Karenanya, sertifikasi hanya dapat membantu sampai batas tertentu.

Pentingnya keterampilan di negara India menyebabkan seseorang harus mendorong model pelatihan keterampilan sekaligus memastikan kerangka kelembagaan bekerja untuk proses pelatihan dan sertifikasi yang kredibel. Dari penelitian ini para pekerja, calon tenaga kerja, dan pemberi kerja dapat mengetahui bahwa pentingnya

pelatihan keterampilan yang meyakinkan pada era industri yang berkembang di India pada saat ini (Ghosh, 2015).

2.3.2.4. Pengungkapan CSR dalam Konteks Kelembagaan di Libya

Penelitian ini menguji pengaruh institusional lingkungan tentang penerapan CSR *disclosure* (CSRD) di Libya. Dalam melakukannya, penelitian ini menggunakan isomorfisme sebagai konstruksi teoretis neo-institusionalis yang mengeksplorasi apakah faktor institusional bertindak sebagai tekanan untuk praktik CSRD.

Libya adalah negara pertama yang mencapai otonomi melalui Perserikatan Bangsa-Bangsa dan salah satu bekas jajahan Eropa pertama di Afrika yang memperoleh kemerdekaan pada 24 Desember 1951. Libya berbagi perbatasan bersama dengan Tunisia dan Aljazair di barat, Mesir dan Sudan di timur, Chad dan Niger di selatan, dan Mediterania Laut di utara. Pada tahun 2014, populasinya adalah 6 juta, dan bahasa resminya adalah bahasa Arab. Turki Utsmani mengambil alih negara itu pada tahun 1551, dan penjajahan berlanjut sampai Libya mencapai kemerdekaan pada tahun 1951. Setelah memimpin negara itu selama 18 tahun, Raja Idris al-Sanusi digulingkan dalam kudeta militer yang sukses pada tahun 1969. Selanjutnya, Libya diperintah oleh Qadhafi hingga Oktober 2011, yang kemudian dibunuh dengan kejam pada tahun 2011 selama protes meluas yang meningkat dengan cepat menjadi pemberontakan rakyat nasional. Meskipun Kongres Nasional Umum, sebuah parlemen yang didominasi oleh Islamis, yang terletak di wilayah barat, memerintah negara itu secara sah hingga 25 Juni 2014, menolak untuk mengakui penggantinya yang paling liberal, Dewan Perwakilan Rakyat, yang terletak di wilayah timur. Hal ini menyebabkan setiap parlemen memiliki pemerintahan sendiri. Sementara PBB telah bekerja untuk mendamaikan pemerintah dan mendorong mereka untuk membentuk pemerintah persatuan nasional.

Tinjauan literatur menunjukkan bahwa tingkat praktik CSRD berbeda antara negara maju dan negara berkembang, karena negara maju telah menerapkan tindakan dan prosedur praktis untuk mendorong perusahaan mengungkapkan perbedaan

informasi CSR mereka antara negara maju dan berkembang menunjukkan bahwa praktik CSRD sebagian besar dipengaruhi oleh konteks kelembagaan di mana perusahaan beroperasi. Akibatnya, penelitian ini menguji pengaruh konteks kelembagaan pada praktik CSRD di Libya, terutama lingkungan yang luar biasa dan berharga untuk mempelajari CSRD karena berbagai alasan. Pertama, Libya telah menyaksikan perubahan dalam rezim pemerintahannya, tidak seperti negara-negara maju, yang dicirikan oleh stabilitas relatif dalam sistem pemerintahannya.

Metode wawancara dianggap cocok karena penelitian ini melibatkan akses ke pengalaman dan pengetahuan yang sesuai dari para manajer perusahaan minyak dan gas serta pembuat kebijakan dan keputusan di NOC mengenai praktik CSRD mereka sendiri. Data dikumpulkan menggunakan wawancara semi-terstruktur mendalam dari 14 manajer senior perusahaan minyak dan gas dan 6 pembuat kebijakan dan keputusan dalam NOC di Libya, untuk menetapkan motivasi mereka terkait dengan CSRD. Karena pengaturan budaya, ekonomi dan politik Libya, wawancara semi-terstruktur mendalam meningkatkan pemahaman kita tentang CSRD yang melibatkan manajer, dan berbagai pemangku kepentingan. Pentingnya penelitian kami adalah untuk memfasilitasi pemahaman kami tentang masalah CSRD di negara-negara kurang berkembang, yang tidak dapat diremehkan karena mayoritas penduduk dunia tinggal di negara-negara berkembang yang memiliki karakteristik sosial, budaya, politik dan lingkungan yang unik.

Memahami masalah dan konteks dimana masalah CSRD terjadi dapat meningkatkan kebijakan, memberikan dukungan yang lebih baik dan memberikan pengawasan yang memadai untuk mendorong hasil CSRD yang lebih baik. Demikian juga, di Timur Tengah, khususnya di Libya, ada pengetahuan yang sangat terbatas tentang pengungkapan sebagian besar dan pendorong, dan hambatan, CSRD lebih khusus. Demikian pula, kurangnya hak-hak sipil, LSM yang lemah, dan kebebasan pers menunjukkan bahwa mekanisme untuk mempromosikan CSRD harus memengaruhi penggerak yang kompleks dan sering kali tidak konsisten ini. Untuk melakukan ini, diperlukan pemahaman yang lebih baik tentang Libya dan konteksnya. Karena

perbedaan budaya, ekonomi dan politik di Libya, satu-satunya cara untuk mengenali, dan memajukan, CSRD adalah melakukan kerja lapangan yang melibatkan manajer, profesional, dan berbagai pemangku kepentingan. Studi ini mungkin dapat memulai pengetahuan yang dapat membantu meningkatkan kebijakan dan motivasi bagi perusahaan untuk terlibat dan mengungkapkan CSR. Dalam konteks yang luar biasa dengan kekayaan alam yang sangat besar yang tunduk pada tingkat kehancuran tertinggi.

Teori neo-institusional menjelaskan bagaimana perusahaan menerima dan menanggapi perubahan tekanan dan antisipasi institusional dan sosial untuk mempertahankan legitimasi. Ini berfokus pada perilaku perusahaan yang dimotivasi oleh tekanan dalam masyarakat yang lebih luas, dan berfokus pada perilaku perusahaan yang dimotivasi oleh tekanan dalam lingkungan kelembagaan tertentu, dengan mengakomodir norma dan aturan yang sangat dijunjung tinggi oleh masyarakat menawarkan kerangka tiga pilar kelembagaan yang berbeda, saling terkait, dan sama-sama memperkuat pilar koersif, normatif dan mimesis, yang berharga dalam menganalisis tekanan institusional pada perusahaan. Karena penting bagi perusahaan untuk mencapai dan mempertahankan legitimasi di lingkungan tempat mereka beroperasi, mereka mungkin mengalami tekanan yang berbeda untuk mengadopsi praktik tertentu dan menjadi isomorfik dengan konteks institusional di mana mereka beroperasi. Tekanan koersif berasal dari tekanan informal dan formal yang diterapkan oleh penguasa. aktor, seperti pemerintah, yang menjadi tanggung perusahaan. Tekanan ini dapat terjadi dalam bentuk ajakan, bujukan atau perintah untuk mengubah dan mengadopsi suatu praktek organisasi.

Untuk menghindari hukuman, perusahaan bertindak sebagai tanggapan terhadap ini tekanan dan menerapkan praktik organisasi yang diperlukan Pilar normatif mempengaruhi nilai (yang dalam konteks sosial dapat diterima untuk diikuti) dan norma (bagaimana sesuatu harus dilakukan). Dengan kata lain, ini menyoroti konvensi dan tindakan yang sah bagi masyarakat dengan bertindak dengan cara yang mereka harapkan dan anggap cocok dan akurat secara etis. Tekanan mimesis muncul terutama

dari ambiguitas dalam lingkungan, yang membuat perusahaan meniru perusahaan lain yang bermanfaat, perusahaan mencapai legitimasi di lingkungan mereka dapat meningkatkan peluang keberhasilan dan kelangsungan hidup mereka dengan menyesuaikan diri dengan tekanan tersebut. Oleh karena itu, isomorfisme mimesis dapat dianggap sebagai reaksi terhadap pertanyaan organisasi dengan mengejar kursus terbaik dalam praktek. Dengan kata lain, tekanan pilar mimesis ini adalah untuk mengidentifikasi dan membandingkan praktik-praktik yang paling baik di lapangan, sehingga salinan praktik-praktik tersebut muncul sebagai hasil dari persetujuan institusional mereka. Akibatnya, perusahaan mencapai legitimasi di lingkungan mereka dan meningkatkan peluang keberhasilan dan kelangsungan hidup mereka dengan menyesuaikan diri dengan tekanan tersebut. Hal ini penting untuk melindungi reputasi perusahaan dan memastikan kelangsungan hidup mereka.

Tekanan normatif untuk praktik CSRD juga harus menanggapi norma-norma sosial, nilai-nilai dan harapan masyarakat. Kepatuhan dengan harapan sosial berkontribusi pada kelangsungan hidup dan keberhasilan organisasi. Sementara di banyak negara yang memotivasi bisnis adalah mencari keuntungan, di negara lain diperlukan rasionalisasi sosial untuk mencapai tujuan tersebut. Misalnya, di negara-negara Afrika Utara, diperkirakan bahwa perusahaan mencerminkan nilai-nilai ekonomi dan ketekunan dari Timur, dan menghargai pembangunan sosial lebih dari kebutuhan tunggal. Ketidakpastian juga dapat membatasi aktivitas bisnis. Kebijakan dan perilaku praktik CSRD di banyak negara berkembang didasarkan pada tradisi nasional dan sosial. Namun, karena kondisi lingkungan kelembagaan yang rapuh di beberapa negara berkembang, beberapa perusahaan mungkin cenderung meniru kinerja, struktur, dan praktik perusahaan lain yang dianggap lebih berhasil dalam praktik CSRD.

Jelas dari tinjauan di atas bahwa tidak ada motivasi tunggal untuk mengungkapkan informasi CSR. Sebaliknya, institusi, peraturan, dan budaya, yang bervariasi di banyak negara, sangat penting dalam memantau tindakan perusahaan dan penegakan standar yang efektif terkait CSRD. Oleh karena itu, memahami pengaruh

moderat dari faktor suatu negara terhadap CSR mungkin tidak hanya membantu untuk menempatkan kesimpulan literatur CSR dalam perspektif yang benar, tetapi juga dapat memberikan wawasan baru tentang masalah yang terkait dengan CSR.

Selama beberapa dekade, pendekatan dan perilaku organisasi telah dirancang sesuai dengan persyaratan dan tekanan sosial. Berdasarkan argumen ini, respons terhadap konteks eksternal dan internal di mana perusahaan bekerja dan mempertahankan tindakan dan perilaku mereka sangat penting untuk keberadaan mereka. pelebagaan norma, nilai dan struktur serta perilaku sosial muncul dari proses formal dan informal antar kelompok internal dalam perusahaan. Di sisi lain, konteks eksternal dipertimbangkan penting sehubungan dengan kemungkinan meluncurkan sejumlah hubungan antara perusahaan dan peraturan dan aturan rezim, organisasi profesional (otorisasi dan sertifikasi) dan organisasi lain, terutama yang ada di industri yang sama.

Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi tekanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi CSRD, yang secara khusus cocok untuk memeriksa faktor-faktor yang sebelumnya tidak dikodifikasi atau dirasakan. Karena sifat data kualitatif, yang berbeda dari data kuantitatif, validitas dan reliabilitasnya bergantung pada sangat pada pengumpulan data dan proses analisis. Dengan demikian, salah satu tantangan utama dalam penelitian kualitatif adalah untuk memastikan bahwa pengumpulan data dan analisisnya memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Oleh karena itu, untuk mencapai transferabilitas dan kredibilitas (validitas eksternal dan internal), ketergantungan (reliabilitas) dan kesesuaian (objektivitas) dalam hasilnya, peneliti mengikuti kriteria.

Praktik CSRD di Libya sangat dipengaruhi tidak hanya oleh kerangka kelembagaan di dalam negeri tetapi juga oleh faktor organisasi dan sosial yang juga terbuka untuk kekuatan legitimasi lokal dan global. Hal ini sejalan dengan literatur sebelumnya yang mendukung keterkaitan antara kepentingan nasional negara dan struktur kepemilikan perusahaan yang mempengaruhi praktik pengungkapan. Kami juga menemukan bahwa meskipun Libya memiliki beberapa pedoman yang ditetapkan

dan beberapa faktor yang mempengaruhi praktik pengungkapan, kekurangan yang signifikan dalam kerangka peraturan dan sistem hukum tetap menjadi isu utama yang harus dikeluarkan untuk mencerminkan sifat dinamis dari pasar dunia. Meskipun manajer merasakan beberapa tekanan koersif, mimesis dan normatif saling mempengaruhi untuk mempengaruhi CSRD untuk mencapai legitimasi, peraturan CSRD masih belum ada. Dengan demikian, untuk meningkatkan kinerja praktik akuntansi dan pengungkapan di Libya, NOC melalui departemen sumber daya manusia dan pembangunan berkelanjutannya harus menerapkan peran pemantauan dan penegakan secara efisien. Meskipun Libya telah menetapkan beberapa pedoman, harus ditekankan bahwa tanpa lembaga pemantauan yang efektif yang menerapkan peraturan akuntansi dan revisi undang-undang dan kebijakan perusahaan, praktik CSRD tidak akan ditingkatkan karena pedoman saja bukanlah solusi. Meskipun dengan ketiadaan penegakan hukum dan lingkungan negaranya yang rapuh ketidakstabilan politik ketidakpastian sejauh mana peraturan resmi akan berguna dalam hal ini, pembuat kebijakan dan keputusan harus mempertimbangkan apakah tekanan yang muncul dari kelompok seperti organisasi masyarakat sipil menjadi cukup terstruktur dan cukup kuat untuk mendorong perusahaan menuju pengungkapan sosial yang mengarah ke peningkatan tingkat pelaporan akuntansi dan praktik pengungkapan. Meskipun dipertanyakan apakah penerapan peraturan resmi, setidaknya dalam jangka pendek, akan memungkinkan negara untuk mencapai tujuan resmi CSRD, kami merekomendasikan bahwa lembaga pemantauan, revisi undang-undang dan kebijakan perusahaan, pembentukan peraturan CSRD harus dilakukan untuk meningkatkan pengungkapan akuntansi.

Oleh karena itu, menggunakan teori neo-kelembagaan memungkinkan lebih banyak pemahaman yang tepat dan/atau pemahaman tentang isu-isu implementasi CSRD dalam pengaturan kelembagaan tertentu dengan menjelaskan bagaimana fungsi perusahaan, dan sejauh mana struktur dan pedoman dipengaruhi oleh pengaturan kelembagaan mereka. Akhirnya, hasil penelitian ini mungkin berguna bagi regulator perusahaan dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan agenda kegiatan CSRD

yang lebih terfokus, ketika mempertimbangkan peraturan untuk pengungkapan. Terlepas dari hasil dan kontribusi yang disorot di atas, penelitian ini, bagaimanapun, memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, tinjauan praktik CSRD dengan Libya sebagai kasus memiliki kemungkinan menawarkan informasi unik tentang konteks negara-negara Afrika Utara, terutama mengingat perubahan baru-baru ini, tetapi dapat menghasilkan beberapa risiko dengan menggeneralisasi. Mungkin menggunakan penelitian yang lebih luas di lebih banyak negara menggunakan profil kelembagaan masing-masing negara, sejauh mana temuan penelitian saat ini dapat ditransmisikan ke negara-negara lain di Afrika Utara bisa lebih berlaku dalam konteks ini. Kedua, penelitian ini hanya terbatas pada industri minyak dan gas, oleh karena itu menyelidiki industri lain dan mengklasifikasikan perbedaan dalam praktik CSRD karena perbedaan industri layak untuk direkomendasikan (Alshibili & Elamer, 2019).

2.3.3. CSR dalam Perspektif Global

2.3.3.1. CSR: Wacana, Narasi, dan Komunikasi

Kontroversial mengenai wacana tentang CSR menjadi sebuah pertanyaan apakah CSR ini dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat sipil dan organisasi non pemerintah radikal atau tidak. Dalam masalah ini terlihat bahwa adanya kesenjangan antara CSR yang dipahami oleh masyarakat sipil dan organisasi non pemerintah radikal dengan suatu norma CSR yang dipromosikan di suatu tingkat perusahaan. Dapat dilihat bahwa CSR sendiri terdapat sebagai suatu pembagian konsep pembangunan berkelanjutan. Sebuah prinsip dan tindakan CSR yang diperoleh dari bisnis dikritik dari perspektif norma pembangunan berkelanjutan yang mengatakan bahwa parameter perlu diperluas dengan memasukkan dimensi budaya.

Masalah yang dibahas di penelitian ini yaitu pertama bagaimana hubungan antara CSR dengan lingkungan yang tertanam dalam definisi pembangunan berkelanjutan dan kedua apa kontribusi isu untuk wacana, narasi dan komunikasi tentang CSR. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pertama bagaimana hubungan antara CSR dengan lingkungan yang tertanam dalam definisi pembangunan

berkelanjutan, kedua untuk mengetahui kontribusi isu untuk wacana, narasi dan komunikasi tentang CSR. Metode dari penelitian ini didasarkan pada survei dan analisis. Penelitian ini telah dikelola melalui survei Selandia Baru tentang tanggung jawab lingkungan dan sosial perusahaan sejak 1999. Dan juga melakukan analisis pada kritis konsepsi perusahaan tentang pembangunan berkelanjutan di Selandia Baru.

Isu ini ternyata berhubungan dinamis antara tanggung jawab sosial dari lingkungan yang tertanam dalam definisi pembangunan berkelanjutan, hal ini tentu saja dapat mengingatkan kembali pada konsepsi masalah lingkungan yang dipegang sebagai bagian dari revolusi lingkungan tahun 1960-1970an. Dan juga isu ini memberikan kontribusi yang berharga bagi wacana, narasi dan komunikasi yang mana tergantung pada aspek CSR. Untuk mengetahui kontribusi tersebut para peneliti mempresentasikan dan membandingkan prinsip-prinsip dasar CSR dan pembangunan berkelanjutan, melakukan analisis dan melakukan penafsiran ulang.

Wacana itu pada dasarnya sering bermasalah dan selalu bisa diperdebatkan. Berbagai isu-isu yang diketahui maka jika didasarkan pada sebuah prinsip banyak sekali sebuah ide dikemukakan. Konsep seperti CSR dan pembangunan berkelanjutan ialah konsep yang normal dan sangat mudah dikenali dapat juga digunakan sesuai kemampuan yang dimiliki oleh budaya masing-masing sehingga lebih siap untuk membangun sebuah pembangunan berkelanjutan. Jadi dapat dikatakan, bahwa antara CSR dan isu pembangunan berkelanjutan berhubungan dinamis dan banyak memberikan sebuah kontribusi yang berharga (Petters, 2010).

2.3.3.2. Seberapa Penting CSR dalam Riset Bisnis?

Pada konteks penelitian manajemen internasional ditemukan bahwa adanya masalah tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang terkait dengan Kinerja Sosial Perusahaan atau *corporate social performance* (CSP) yang kurang terwakili dalam etika dan disiplin bisnis yang seharusnya terlihat dan dalam beberapa tahun terakhir keberadaannya kurang terpublikasi.

Adanya masalah tentang kurangnya publikasi ini, dirincikan dan menjadi bahasan sistematis dengan tujuan utama yang berfokus pada aspek-aspek tertentu yang sering dipelajari di bidang CSR dengan kaitannya terhadap CSP. Tentunya dengan mengkonfirmasi evolusi positif penelitian CSR secara kuantitatif tetapi juga untuk mengetahui seberapa pentingnya dalam disiplin bisnis. Hal ini merupakan fenomena yang layak mendapat perhatian dengan menitikberatkan analisis yang harus terlebih dahulu menyelesaikan apa yang menjadi kesulitan mengenai pengaruh CSR dalam etika bisnis.

Penelitian ini dilakukan dengan mendefinisikan database, kata kunci, dan filter penyulingan dengan menggunakan basis data elektronik *Web of Science (WOS) Core Collection* dan *Journal Citizate Reports (JCR)* dari analisis klariat. WOS telah dipakai untuk mengembangkan analisis bibliometrik dari penelitian CSR. Pembahasan yang ada pada penelitian ini didasarkan dari hasil yang disaring berdasarkan jenis dokumen dan kategori WOS sehingga hanya artikel yang diterbitkan dalam kategori bisnis yang dipertimbangkan. Di antara berbagai kategori jurnal dalam database JCR, fokus penelitian ini ditujukan kepada kategori bisnis, di mana sebagian besar jurnal khusus berurusan dengan CSR. Menurut profil kategori yang ditemukan dalam database yang dicari, hasilnya meliputi Sumber daya terkait dengan semua aspek bisnis dan dunia bisnis. Hal ini dapat mencakup pemasaran dan periklanan, peramalan, perencanaan, administrasi, studi organisasi, kompensasi, strategi, ritel, penelitian konsumen, dan manajemen. Hal lain yang dibahas adalah sumber daya yang berkaitan dengan sejarah bisnis dan etika bisnis.

CSR dan CSP ditemukan dalam literatur terkait. CSR lebih berkaitan dengan prinsip dan bisnis yang bertanggung jawab terhadap masyarakat dan pemangku kepentingan di luar pemegang saham, sedangkan CSP dapat dianggap sebagai konsep yang lebih umum termasuk tanggung jawab, responsif, dan kebijakan. Tindakan dalam domain yang ada pada konsep CSP dianggap tepat untuk memperluas hasil yang dipandang dari CSR dan dapat mencakup pekerjaan pada CSP. Selanjutnya, hasil pekerjaan singkat CSR disimpan dalam pencarian dan dikonfirmasi kemudian dapat

menghasilkan hasil tambahan yang relevan. Hasil pekerjaan singkat CSP muncul dalam hasil tambahan dengan konten yang tidak memiliki kekuatan terhadap hasilnya yang seharusnya dianalisis dengan evolusi baru-baru ini dalam literatur bisnis di mana penelitian tentang CSR telah berkembang pesat dan jurnal khusus baru menjadi lebih menarik di kalangan peneliti CSR.

Asumsi yang didapat tentang implikasi yang ada terhadap penelitian ini adalah bahwa penelitian ilmiah menentukan praktisi perilaku, kita dapat mengantisipasi bahwa praktik bisnis akan mencerminkan pertimbangan yang lebih besar dari masalah terkait CSR. Namun, implikasi ini harus diambil dengan hati-hati. Sementara ada bukti pentingnya kepentingan yang lebih material ketika datang untuk membuat keputusan bisnis oleh mereka yang berada di puncak organisasi sehingga pengaruh sebenarnya masih belum pasti. Penelitian ini tentunya tidak bebas dari batasan.

2.3.3.3. CSR, Kepemimpinan Etis, Reputasi, dan Kinerja

Dengan semakin besar dan masifnya ekspansi global membuat topik tentang CSR semakin marak diperbincangkan. Penelitian ini secara khusus akan membahas beberapa variabel yang berhubungan dengan CSR. Variabel yang akan di bahas dan direview dalam jurnal ini adalah kepemimpinan etis, reputasi perusahaan dan performa perusahaan yang akan diteliti dalam mediation model. Latar belakang penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan secara rinci tentang bagaimana CSR dan reputasi perusahaan berhubungan dengan kepemimpinan etis yang selanjutnya dapat meningkatkan performa perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan di pasar bisnis vietnam yang sangat relevan terhadap variabel penelitian.

Dalam penelitian terdahulu sudah banyak dibahas bagaimana suatu kepemimpinan etis dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara komprehensif. Kepemimpinan etis adalah suatu tindakan kepemimpinan dimana mengacu pada nilai-nilai dan tindakan kepemimpinan yang sesuai dengan norma dan etika yang berlaku. Namun, dihubungkan dengan CSR, belum banyak penelitian yang dilakukan tentang bagaimana hubungan antara kepemimpinan etis ini berpengaruh terhadap CSR

terutama di negara berkembang dengan isu-isu etis yang semakin menjadi perhatian utama. CSR dapat didefinisikan sebagai sebuah filosofi suatu entitas dimana entitas secara sukarela peduli terhadap hak-hak sosial dan lingkungan disamping mencari profit semata. CSR merupakan alat yang baik untuk membangun citra perusahaan secara positif baik dalam aspek internal maupun eksternal. Dengan memaksimalkan CSR suatu perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan dan mendapat keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya. Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya melakukan penelitian terhadap kepemimpinan etis terhadap CSR saja. Namun, peneliti juga akan meneliti hubungan antara CSR dengan reputasi perusahaan, reputasi perusahaan dengan performa perusahaan dan yang terakhir adalah hubungan antara CSR dan performa perusahaan. Hipotesis pertama kepemimpinan etis berpengaruh positif terhadap CSR. Hipotesis pertama ini dilatarbelakangi bahwa kepemimpinan etis dapat menambah akuntabilitas, transparansi, martabat dan kesadaran untuk melakukan apa yang di rasa benar dan memiliki manfaat. Salah satunya, untuk kegiatan CSR ini. Untuk hipotesis yang kedua H2 CSR memiliki hubungan positif terhadap reputasi perusahaan. Hal ini dilatarbelakangi dengan keputusan suatu perusahaan untuk berpartisipasi dan melakukan pengungkapan terhadap CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan tersebut di mata pihak eksternal. Pengungkapan CSR yang baik dianggap menjadi faktor yang signifikan dalam meningkatkan reputasi perusahaan (Worcester, 2009). Suatu perusahaan yang terlibat dalam CSR juga akan meningkatkan citra mereka di mata konsumen yang selanjutnya dapat meningkatkan posisi keunggulan kompetitif mereka di bandingkan pesaing. Untuk hipotesis yang ketiga H3 reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap performa perusahaan. Hal ini dilatarbelakangi karena dengan reputasi perusahaan yang baik dimata pihak internal akan meningkatkan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing yang selanjutnya hal ini dapat meningkatkan performa perusahaan misalnya peningkatan volume penjualan produk. Untuk hipotesis yang keempat H4 CSR berpengaruh positif terhadap performa perusahaan. Hal ini dilatarbelakangi karena suatu perusahaan yang terlibat dalam CSR akan meningkatkan citra mereka dimata investor dan konsumen (pihak eksternal) yang

selanjutnya hal itu akan meningkatkan performa perusahaan baik dari segi pendanaan atau penjualan maupun loyalitas pelanggan. Hipotesis tambahan H5 dalam penelitian ini adalah CSR dan reputasi perusahaan memoderasi hubungan antara kepemimpinan etis dan performa perusahaan.

Sample dalam penelitian ini terdiri dari 653 sample perusahaan di vietnam yang terdiri dari 62,17% perusahaan jasa dan 37,83% perusahaan manufaktur. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yaitu dengan melakukan survey terhadap manajer menengah dan manajer tingkat atas yang sudah tersertifikasi. Metode dalam penelitian ini menggunakan berbagai ukuran yang sudah ditetapkan peneliti dalam suatu *theoretical framework*. Pengukuran model dalam penelitian ini menggunakan pengujian validitas dan reabilitas. Selain itu, untuk validitas diskriminan di ukur menggunakan *Fornell and Larcker's* prosedur. Pembahasan dalam ringkasan ini akan dimulai dari H1(Kepemimpinan etis & CSR) dimana ternyata H1 berpengaruh positif berdasarkan hasil penelitian dimana dibuktikan dengan nilai signifikansi yang bernilai 0,76. Hal ini karena dengan kepemimpinan etis yang baik akan mensukseskan implementasi dari CSR. Dengan kata lain kepemimpinan etis secara tidak sadar membangun kesadaran dalam mengimplementasikan CSR disamping perusahaan hanya berorientasi pada profit saja. H2 (CSR & Reputasi Perusahaan) dengan nilai signifikansi 0,84 juga berpengaruh secara positif. Hal ini karena perusahaan yang mengimplementasikan CSR akan menambah reputasi mereka dimata pihak eksternal dan internal. H3 (Reputasi Perusahaan dan Performa Perusahaan) dengan nilai signifikansi 0,59. Hal ini karena dengan reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan performa perusahaan baik dari sisi finansial dan non-finansial. H4 (CSR & Performa Perusahaan) dengan nilai signifikansi 0,38 juga terbukti berpengaruh secara positif. Hal ini karena dengan mengimplementasikan CSR, perusahaan akan memiliki reputasi yang baik di mata pihak eksternal seperti yang sudah di bahas pada H2, dengan reputasi yang baik akan meningkatkan performa perusahaan seperti yang sudah di bahas pada H3, performa perusahaan yang baik dapat digambarkan dengan tingkat loyalitas pelanggan yang stabil, kenaikan volume produksi dan masih banyak

yang lainnya. Sedangkan untuk hipotesis tambahan atau H5 juga menghasilkan nilai signifikansi yang bernilai 0,29 dimana hal ini membuktikan bahwa CSR dan reputasi perusahaan secara positif memoderasi hubungan kepemimpinan etis dan performa perusahaan.

Kesimpulan dari artikel ini adalah kepemimpinan etis berpengaruh secara positif terhadap implementasi CSR pada suatu perusahaan yang selanjutnya dengan implementasi CSR yang baik akan meningkatkan reputasi perusahaan baik dari sisi finansial dan non-finansial. Dengan reputasi yang baik akan meningkatkan performa perusahaan secara komprehensif yang digambarkan dengan loyalitas pelanggan, keefisienan proses produksi, peningkatan volume penjualan, peningkatan aktivitas pendanaan dan lain-lain. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan juga bahwasanya CSR dan reputasi perusahaan secara positif memoderasi hubungan kepemimpinan etis dan performa perusahaan.

Implikasi dari penelitian ini mengindikasikan bahwa para manajer yang mengimplementasikan CSR biasanya memiliki sifat kepemimpinan etis yang berpedoman pada nilai dan norma yang berlaku. Perusahaan yang mengimplementasikan CSR mampu meningkatkan reputasi dan performanya dan mendapat keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya. Dengan penelitian ini juga pihak internal yaitu manajer dapat mengetahui lebih dalam bagaimana hubungan antara kepemimpinan etis dan CSR yang belum banyak dibahas dalam penelitian lain (Nguyen, et.al., 2021).

2.3.3.4. Kontribusi CSR untuk Pembangunan Berkelanjutan

Pada masa yang akan datang, banyak orang-orang yang sadar bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan oleh beberapa korporasi dapat mempengaruhi dan memobilisasi kemajuan pada masa yang akan datang ke depannya. Korporasi juga dinilai memiliki teknologi dan manajemen yang piawai untuk mewujudkan kemajuan kedepannya. Penelitian ini menghimpun pengeksploasian sifat dan hubungan konsep CSR dan pembangunan berkelanjutan. Kemudian memperkenalkan CSR secara lebih substansial

dan melakukannya dalam konteks kritik terhadap argumen konvensional terhadap CSR, bahwa tanggung jawab utama manajer adalah kepada pemegang saham dan demokratis itu Pemerintah menanggung beban tanggung jawab atas kesejahteraan sosial. Jelas bahwa penelitian ini memperkenalkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR dan menawarkan beberapa kontribusi CSR yang berpotensi dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan (Carroll, 1991).

Masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah tentang agenda CSR dan pembangunan berkelanjutan yang berbeda dengan sistem sosial, ekonomi, tata kelola dan lingkungan dimana mereka berada. Apa yang dianggap tanggung jawab bisnis di satu negara dapat dianggap sebagai tanggung jawab pemerintah, masyarakat atau individu di tempat lain. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar perbedaan yang ada dalam agen CSR dan pembangunan berkelanjutan yang mengaitkan dengan sistem sosial, ekonomi, tata kelola dan lingkungan dimana mereka berada. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah dengan metode kualitatif dimana mengumpulkan data-data pengertian dan membandingkan apa-apa saja teori yang berhubungan dengan signifikansi CSR dalam tujuan pembangunan berkelanjutan.

Ketika membandingkan bisnis nasional yang relatif sama dengan Amerika Serikat dan Eropa Barat dan bahkan lebih ketika membandingkan sistem bisnis Asia dan lainnya. Dapat disimpulkan bahwa jika konsep CSR dan pembangunan berkelanjutan pada dasarnya dipertentangkan maka mungkin mereka sedikit digunakan dan harus disetujui. Masalahnya adalah, seperti istilah lain yang pada dasarnya diperebutkan seperti keadilan, mereka mengatasi masalah yang sangat penting. Karena korporasi meningkatkan dampak sosial, lingkungan dan etika pada mata pencaharian masyarakat dan masyarakat, dan sebagai perkembangan sering menyerap, mengubah dan merusak sumber daya manusia dan lingkungan di mana pengembangan di masa depan tergantung, konsep-konsep ini tidak dapat dengan mudah disisihkan. Selain itu, mengingat bahwa korporasi seringkali merupakan agen di mana pembangunan diberlakukan, hubungan antara konsep-konsep tersebut sama mendesaknya dengan hubungan antara pasangan lain yang pada dasarnya diperebutkan sebagai kesetaraan

dan kebebasan. Dengan demikian korporasi semakin dikaitkan dengan tanggung jawab untuk agenda pembangunan yang berkelanjutan seperti produksi dan konsumsi berkelanjutan, perubahan iklim dan energi, perlindungan sumber daya alam/masyarakat yang berkelanjutan (Chapple, 2005).

Kesimpulan yang didapat pada penelitian ini adalah CSR dapat berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dilihat dan diukur melalui pandangan yang berdasar pada sumber daya alam dari korporasi tersebut. Hal ini berlaku pada kepentingan perusahaan dalam masalah ekologis, dan logika yang berkelanjutan sosial. Implikasi yang ada pada penelitian ini adalah keterkaitan baik antara CSR dan pembangunan berkelanjutan sangat kontekstual dan pengaturan sosial. CSR dan pembangunan berkelanjutan dapat menerbitkan siklus peristiwa atau temuan yang memberikan urgensi dalam berorganisasi, merespons dan beradaptasi. Promosi terkait CSR dan pembangunan berkelanjutan berkurang lagi hingga serangkaian masalah baru memberi energi pada siklus. CSR telah berkembang sebagai konsep dari filantropi dasar oleh para elite terkemuka bisnis ke segi bisnis modern dan manajemen itu sendiri (Muthuri, Matten, & Moon, 2009).

2.3.3.5. CSR, Nilai Perusahaan, dan Risiko Manajemen

Kini, perusahaan-perusahaan tidak hanya fokus pada keuangan atau keuntungan dalam bisnisnya tetapi juga mempertimbangkan CSR. Meskipun di Indonesia pelaporan CSR masih bersifat sukarela, banyak perusahaan yang telah mengungkapkan kegiatan CSR-nya. Hal yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan CSR adalah untuk memenuhi kebutuhan informasi pemegang saham. CSR sendiri dapat menciptakan citra dan reputasi perusahaan yang memberikan pengaruh positif pada nilai perusahaan juga dapat meminimalkan risiko. Risiko dapat diminimalisir karena pengungkapan CSR sendiri erat kaitannya dengan pengelolaan hubungan pemangku kepentingan. Pengelolaan ini berbading lurus dengan citra dan reputasi perusahaan. Dengan demikian, citra dan reputasi perusahaan yang baik dapat dicapai dengan memenuhi bahkan melebihi ekspektasi pemangku kepentingan

(*stakeholders*). Manajemen risiko ini diimplementasikan dengan *Enterprise Risk Management* (ERM).

Terkait nilai perusahaan dan CSR, Hoyt dan Lienberg (2011) menemukan ERM berkorelasi positif dengan nilai perusahaan. Florio dan Leoni (2017) juga menemukan bahwa perusahaan-perusahaan dengan implementasi ERM yang baik memiliki kinerja yang sangat baik pada keuangannya dan pasar. Namun, penelitian-penelitian sebelumnya tersebut tidak menghubungkan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan dan ERM. Padahal, baik pengungkapan CSR maupun ERM keduanya memengaruhi nilai perusahaan. Maka dari itu, penelitian ini berusaha mempelajari hubungan pengungkapan CSR dan ERM dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Terdapat dua rumusan masalah pada penelitian ini. Pertama, apakah pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan? Kedua, apakah manajemen risiko memoderasi pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan? Dari rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini akan berfokus untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan positif atau negatif dan secara detailnya untuk mengetahui perusahaan dengan manajemen risiko tinggi akan meningkatkan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan atau tidak.

Penelitian ini termasuk penelitian empiris yang dengan metode analisis data dengan uji regresi. Uji regresi yang digunakan ialah uji regresi data panel. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling* Pemilihan sampel dari 154 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2016 menghasilkan 130 perusahaan yang dapat diterima. Data yang digunakan adalah data sekunder. Data yang terkait keuangan perusahaan diperoleh dari Thomson Reuters Data Stream. Data juga dikumpulkan dari website masing-masing perusahaan dan laporan tahunannya.

Selain menggunakan analisis data regresi data panel, peneliti juga menggunakan analisis deskriptif untuk memberikan informasi terkait variabel-variabel yang digunakan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, Tobin' SQ sebagai proksi untuk

mengukur nilai perusahaan rata-ratanya adalah 1,78 yang artinya rata-rata perusahaan manufaktur di Indonesia investasi yang baik. Kemudian, variabel CSR sebagai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki rata-rata 0,09, artinya pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Indonesia masih rendah. Variabel moderasi yaitu ERM menunjukkan rata-rata memiliki skor 3-4 poin. Berikutnya terdapat tiga variabel control yaitu ROA, *leverage* dan ukuran perusahaan. Untuk variabel ROA didapatkan rata-ratanya sebesar 4,6 yang menunjukkan rata-rata perusahaan manufaktur di Indonesia menghasilkan keuntungan. Sedangkan untuk *leverage*, rata-ratanya 1,5 yang artinya struktur pendanaan perusahaan manufaktur di Indonesia berimbang. Variabel kontrol dari CSR terakhir ialah ukuran perusahaan menunjukkan rata-rata perusahaan manufaktur di Indonesia memiliki ukuran 28,38 dari total aset yang dimiliki.

Hasil uji regresi telah melalui serangkaian uji asumsi klasik terlebih dahulu agar persamaan regresi yang didapatkan tidak bias. Berdasarkan hasil uji untuk menentukan model regresi yang tepat (uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier), kedua model yaitu langsung dan model dengan variabel moderasi menggunakan *fixed effect model*. Berdasarkan hasil regresi model langsung untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, nilainya kurang dari 0,05 yang artinya semua variabel independen dan kontrol secara bersamaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. CSR berpengaruh positif signifikan terhadap perusahaan. Alhasil hipotesis pertama yaitu pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima. Hal ini menunjukkan semakin tingginya pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hasil didukung oleh penelitian Nekhili et al (2017). Sebagaimana dijelaskan pada teori keagenan pengungkapan CSR dapat mengurangi konflik kepentingan. Pengungkapan CSR sendiri sebagai sinyal kepedulian terhadap kebutuhan sosial dan lingkungan.

Kemudian, H2 yaitu manajemen risiko memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan ditolak karena dari hasil regresi pengaruh signifikannya 0.05 dan nilai koefisiennya kearah negatif. Hal ini menunjukkan ERM

memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. ERM sendiri juga memiliki pengaruh yang kecil terhadap nilai perusahaan sehingga bertentangan dengan penelitian Hoyt dan Lienbenberg (2011) dan Florio dan Leoni (2017). Hasil penelitian ini sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya salah satunya Pagach dan Warr (2010). Hal ini dikarenakan informasi terkait manajemen risiko ini kurang lengkap dalam laporan keuangan tahunan. Informasi ini juga biasanya disajikan secara kualitatif sehingga ERM tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. ERM memperlemah pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan mungkin karena tidak relevannya informasi mengenai ERM.

Penelitian ini memberikan implikasi kepada perusahaan, khususnya perusahaan manufaktur di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, perusahaan manufaktur di Indonesia masih relatif rendah pada pengungkapan CSR ini. Maka dari itu, penelitian ini menyarankan perusahaan manufaktur melakukan CSR dan pengungkapannya. Hal ini dilakukan bukan hanya untuk memenuhi para pemegang saham atau pemangku kepentingan tetapi juga peningkatan nilai perusahaan. Untuk manajemen risiko, perusahaan seharusnya juga mengungkapkan risiko nonfinansial agar informasi yang diperoleh para pemangku kepentingan seimbang (Wirawan, et.al., 2020).

2.3.3.6. CSR dan Kebangkrutan: Menggali Peran Persaingan Pasar, Modal Intelektual, dan Biaya Ekuitas

Penelitian ini berlandaskan dari CSR dan probabilitas kebangkrutan dengan menjelaskan pengaruh persaingan pasar, modal intelektual, dan biaya ekuitas dalam hubungan tersebut. Aspek baru dari penelitian ini adalah variabel eksternal seperti CSR, persaingan pasar, modal intelektual, dan biaya ekuitas, di mana studi kebangkrutan sebelumnya hanya mempertimbangkan variabel yang terkait dengan item laporan keuangan saja. Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR pada dasarnya adalah kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara

lebih luas daripada kepentingan perusahaan, di mana bertujuan untuk mencapai pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui peningkatan kualitas hidup karyawan perusahaan, keluarga, lingkungan, dan masyarakat. Salah satu manfaat dari CSR yaitu mengurangi risiko kebangkrutan.

Kebangkrutan menjadi suatu ancaman bagi perusahaan karena situasi keuangan yang merugikan banyak pihak terkhususnya investor. Selain itu, pertumbuhan ekonomi akibat kemajuan teknologi mengakibatkan meningkatnya persaingan perusahaan ekonomi. Hal ini dapat mempengaruhi bahkan membatasi keuntungan dan meningkatkan kemungkinan kebangkrutan, salah satunya terjadi akibat penjualan yang lebih rendah dari biaya. Terkait hal tersebut, dibutuhkan modal intelektual untuk mencapai keberhasilan persaingan perusahaan untuk mengurangi risiko kebangkrutan.

Permasalahan yang muncul pada penelitian ini adalah bagaimana hubungan antara tanggung jawab sosial dan kemungkinan kebangkrutan perusahaan serta pengaruh persaingan pasar, modal intelektual, dan biaya ekuitas. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji hubungan antara CSR dan kemungkinan kebangkrutan dengan mengeksplorasi peran persaingan pasar, modal intelektual, dan biaya ekuitas terhadap hubungan tersebut.

Dalam menganalisis permasalahan tersebut, metode yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian terapan-deskriptif-korelasional-*ex post event*. Penelitian ini menggunakan populasi statistik dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Teheran tahun 2009 hingga 2016. Sampel pada penelitian ini merupakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Teheran dengan keuangan yang berakhir pada bulan Maret di setiap tahun (total 1.600 tahun data perusahaan), sedangkan pendataan CSR memakai laporan direksi. Selanjutnya, informasi kebangkrutan, persaingan pasar, modal intelektual, dan biaya ekuitas diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang diaudit. Model *Altman-Newton* digunakan untuk menghitung nilai probabilitas kebangkrutan perusahaan sebagai variabel dependen. Dalam menentukan tingkat persaingan pasar digunakan Indeks Herfindahl–Hirschman (HHI). Modal intelektual diukur melalui modal intelektual nilai tambah (VAIC) dari Pulic (2000). Selain itu, untuk menghitung

biaya ekuitas digunakan model Gorden. Maka, variabel independen CSR, HHI, VAIC, dan biaya ekuitas dilakukan uji Jack Bera (JB) untuk menguji normalitas. Penelitian menggunakan analisis regresi data panel dengan hasil uji Hausman yaitu model *random effect* serta model pemeringkatan legit. Namun, penulis melakukan pengujian hasil regresi menggunakan kedua model yaitu model *fixed effect* dan *random effect*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (CSR, HHI, VAIC) adalah signifikan kecuali biaya ekuitas. Maka, tidak terdapat hubungan antara biaya ekuitas dan kemungkinan kebangkrutan. Temuan lain yaitu CSR menunjukkan hubungan berbanding terbalik dengan probabilitas kebangkrutan. Ini dapat dilihat dari koefisien model FEM sebesar -0,217 dan koefisien REM -0,210 serta probabilitas yang signifikan. Berbeda dengan persaingan pasar yang terdapat hubungan berbanding lurus dengan probabilitas kebangkrutan secara signifikan. Hasil koefisien yang diperoleh untuk FEM 0,122 dan REM 0,014. Seperti halnya CSR, modal intelektual juga menunjukkan hubungan berbanding terbalik dengan kemungkinan kebangkrutan secara signifikan yang dapat dilihat dari koefisien FEM -0,156 dan REM -0,481. Selain itu, variabel CSR terhadap persaingan pasar (HHI) menunjukkan bahwa peningkatan CSR mengurangi kemungkinan kebangkrutan dalam kondisi pasar yang kompetitif, dilihat dari koefisien FEM sebesar -0,225 dan REM -0,194. Di samping itu, variabel CSR dan modal intelektual (VAIC) memiliki koefisien FEM 1,068 dan REM 0,917 memiliki efek reduksi yang besar untuk mengurangi kemungkinan kebangkrutan apabila dioptimalkan.

Hasil akhir dari penelitian yang dikaji yaitu mengenai hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan probabilitas kebangkrutan dengan menjelaskan peran moderasi dari struktur pasar persaingan, modal intelektual, dan biaya ekuitas pada hubungan ini di Bursa Efek Teheran selama periode 2009 hingga 2016. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa CSR memiliki hubungan berbanding terbalik yang signifikan dengan probabilitas kebangkrutan. Ketika struktur pasar bergerak ke arah monopoli, kemungkinan kebangkrutan berkurang karena tingginya biaya masuk pasar bagi perusahaan lain.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan beberapa implikasi. Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CSR, HHI, VAIC berpengaruh secara signifikan kecuali biaya ekuitas. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak adanya hubungan antara biaya ekuitas dan kemungkinan kebangkrutan. Kedua, CSR menunjukkan hubungan berbanding terbalik dengan probabilitas kebangkrutan. Apabila CSR perusahaan meningkat akan menurunkan kemungkinan kebangkrutan. Ketiga, berbeda dengan CSR, persaingan pasar memiliki hubungan berbanding lurus dengan probabilitas kebangkrutan. Seiring dengan meningkatnya persaingan pasar, maka risiko kebangkrutan perusahaan juga akan meningkat. Keempat, seperti halnya CSR, modal intelektual juga menunjukkan hubungan berbanding terbalik dengan kemungkinan kebangkrutan. Artinya, peningkatan modal intelektual akan menurunkan kemungkinan kebangkrutan. Kelima, variabel CSR terhadap persaingan pasar (HHI) menunjukkan bahwa peningkatan CSR mengurangi kemungkinan kebangkrutan dalam kondisi pasar yang kompetitif. Keenam, jika variabel CSR dan modal intelektual (VAIC) dikombinasikan secara optimal maka akan memiliki efek reduksi yang paling besar untuk mengurangi kemungkinan kebangkrutan. Secara keseluruhan, tanggung jawab sosial perusahaan memainkan peran penting dalam mengurangi kemungkinan kebangkrutan perusahaan (Kamalirezaei, et.al., 2020).

2.3.3.7. CSR dan Reputasi Buruk Perusahaan

CSR adalah aktivitas perusahaan yang ditujukan untuk melakukan tindakan kerjasama untuk kesejahteraan dan pembangunan masyarakat. Perusahaan menghubungkan pemangku kepentingan dengan berinvestasi dalam upaya menangani masalah sosial atau lingkungan. Penelitian ini menunjukkan pengaruh CSR pada perusahaan, atribusi kasual kegiatan perusahaan, membentuk niat pembeli, memberikan ketulusan merek, dan mempengaruhi keyakinan perusahaan. Strategi komunikasi CSR menjadi kontribusi signifikan untuk sikap positif terhadap perusahaan yang memberikan penilaian.

Penelitian ini mengembangkan faktor situasional evaluasi CSR yaitu reputasi perusahaan sebelumnya, terjadinya krisis dan persepsi upaya CSR. Reputasi adalah aset tidak berwujud namun bermanfaat dan berharga bagi perusahaan yang menunjukkan hasil positif dari interaksi dengan pemangku kepentingan tentang kinerja perusahaan dan kualitas produk. Jika reputasi perusahaan buruk akan merugikan evaluasi CSR, dan reputasi baik akan menguntungkan aktivitas bisnisnya. Krisis dalam perusahaan seperti peristiwa dengan probabilitas rendah dan berdampak tinggi yang mengancam kelangsungan hidup perusahaan dan ditandai kesamaran sebab, akibat dan cara penyelesaian. Tanggung jawab sosial perusahaan dengan krisis transgresi bermuatan etika dan upaya perusahaan dalam CSR mungkin merusak secara moral, maka penelitian ini mengusulkan krisis sebagai elemen kritis dalam berita yang menimbulkan reaksi terkait persepsi CSR. Penelitian ini juga mengusulkan catatan investasi sosial sebelumnya yang menunjukkan upaya perusahaan untuk tujuan sosial dapat mengurangi kemunafikan yang dirasakan dari CSR. Kemunafikan ini adalah keyakinan suatu perusahaan mengklaim sebagai sesuatu yang sebenarnya bukan yang kurangnya ketulusan dalam perusahaan atau mementingkan diri sendiri.

Maka pada penelitian ini memakai metode teori atribusi tentang CSR dengan melakukan percobaan yaitu relevansi CSR dengan keuntungan bisnis dan sumber informasi CSR mempengaruhi atribusi kemunafikan perusahaan untuk menjelaskan perilaku kerjasama tidak selalu dievaluasi yang menguntungkan para audiens. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor independen terhadap persepsi kemunafikan dan pengaruh meditasi kemunafikan korporasi terhadap sikap perusahaan.

Reputasi perusahaan ditunjukkan melalui pemeringkatan reputasi perusahaan. Krisis perusahaan digambarkan sebagai hukuman perdata karena pelanggaran pemberitahuan cacat. Dengan memanipulasi “tidak ada krisis” dilakukan dengan tidak menawarkan informasi krisis. Sejarah CSR digambarkan sebagai program pendidikan *global Human-Tech* yang telah dilaksanakan secara terus menerus sebelum diluncurkannya program CSR baru untuk pendidikan sains. Oleh karena itu, peneliti

menggunakan pengukuran variabel mediasi dan variabel dependen, yang meliputi kemunafikan perusahaan dan sikap terhadap perusahaan. Selain reliabilitas pengukuran untuk setiap konstruk, dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori, penelitian saat ini menguji validitas diskriminan dari Kemunafikan Perusahaan dan Sikap terhadap Perusahaan. Pemeriksaan manipulasi untuk ketiga variabel independen menegaskan bahwa manipulasi eksperimental berhasil dioperasikan.

Analisis ANOVA menghasilkan antar subjek dilakukan untuk membandingkan pengaruh masing-masing variabel independen yang hasilnya menunjukkan dua pengaruh utama terhadap reputasi perusahaan. Menurut analisis regresi, kemunafikan perusahaan hanya memediasi pengaruh reputasi perusahaan dan terjadinya krisis terhadap sikap terhadap perusahaan, namun sejarah CSR tidak dimediasi oleh kemunafikan perusahaan dalam menciptakan sikap terhadap perusahaan.

Perusahaan harus percaya bahwa hasil CSR akan bermanfaat bagi masyarakat dan pemangku kepentingan tersebut mungkin berbeda karena menilai bagaimana perusahaan dapat memperoleh manfaat dari CSR dalam hal profitabilitas dan keuntungan politik dalam pengelolaan masalah. Desain pesan yang rumit dan disesuaikan dengan pemahaman tentang bagaimana audiens memandang pesan, menjadi lebih penting daripada jumlah publisitas itu sendiri. Penelitian selanjutnya harus lebih memperhatikan bidang ini. Ketika krisis untuk menimbulkan publisitas negatif atau kritik terhadap operasi bisnis perusahaan yang tidak etis, perusahaan harus memperoleh, mendengarkan dan memeriksa berbagai pendapat pemangku kepentingan sebelum benar-benar mengimplementasikan kampanye tersebut dan strategi komunikasinya (Shim & Yang, 2016).

2.3.3.8. Hubungan CSR, Kinerja dan Perilaku Pekerja yang Pro-lingkungan

Kerusakan lingkungan yang semakin marak belakangan ini tidak lepas dari ulah pelaku bisnis. Dari proses produksi hingga hasil produksi pun masih banyak yang tidak ramah lingkungan, seperti produk sekali pakai yang berlebihan tentu akan semakin mencemari lingkungan. Karena itu organisasi atau perusahaan harus

bertanggung jawab untuk kedepannya agar tidak mencemari lingkungan, melainkan menyiapkan praktik inovatif melalui inisiatif tanggung jawab sosial mereka dengan menerapkan praktik ramah lingkungan.

CSR dan praktik ramah lingkungan, tahun 2015 para peneliti menetapkan bahwa tekanan dari para pelanggan serta peraturan pemerintah dan ketidakpastian lingkungan telah mendorong suatu perusahaan untuk melaksanakan program praktik ramah lingkungan dalam operasional perusahaan. Berbeda dengan CSR, yang timbul secara sukarela dari perusahaan untuk keberlanjutan dan keberlangsungan perusahaan. Dengan itu maka timbul hipotesis pelaksanaan inisiatif tanggung jawab social akan memiliki hubungan positif dengan praktik ramah lingkungan di organisasi. Praktik ramah lingkungan dan kinerja organisasi, Perusahaan yang memiliki inovasi inovasi dalam bisnis dapat berkompetitif dengan para pesaingnya dan tentunya akan meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut. Dengan peraturan pemerintah terkait praktik ramah lingkungan perusahaan dapat melakukan inovasi baru yang dapat meningkatkan citra perusahaan sehingga akan meningkatkan kinerja perusahaan juga. Sehingga timbul hipotesis penerapan praktik ramah lingkungan oleh organisasi akan berdampak positif pada kinerja organisasi.

Para peneliti telah melakukan penelitian terkait hubungan CSR dengan kinerja organisasi. Hasilnya adalah ada yang berhubungan positif dan ada yang negatif. Dengan itu maka timbul hipotesis bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh organisasi akan berdampak positif terhadap kinerja organisasi. Praktik ramah lingkungan dan perilaku peduli lingkungan oleh karyawan di tempat kerja, Praktik ramah lingkungan yang di terapkan perusahaan tentunya akan berpengaruh terhadap perilaku karyawan tempat kerja. Kebiasaan akan membiasakan para karyawan untuk peduli kepada lingkungan di tempat kerja. Dengan ini maka timbul hipotesis penerapan praktik ramah lingkungan akan berpengaruh positif terhadap perilaku peduli lingkungan oleh karyawan di tempat kerja. CSR dan perilaku peduli lingkungan oleh karyawan di tempat kerja variabel yang setingkat dengan kelembagaan seperti regulasi memiliki hubungan dengan tanggung jawab lingkungan sedangkan variabel tingkat

organisasi seperti budaya, perilaku dan sikap memiliki hubungan positif dengan tanggung jawab lingkungan. Dengan itu maka hipotesis yang diajukan adalah pelaksanaan inisiatif tanggung jawab sosial memiliki hubungan positif dengan perilaku peduli lingkungan karyawan di tempat kerja.

Praktik pengelolaan sumber daya manusia yang ramah lingkungan tentunya akan mendorong perilaku dari setiap pekerja peduli terhadap lingkungan karena pengaruh psikologis. Ketika hipotesis pertama, kedua dan ketiga memiliki hubungan signifikan maka perilaku ramah lingkungan memediasi hubungan CSR dengan kinerja organisasi. Maka hipotesis yang timbul adalah penerapan praktik hijau akan memediasi hubungan antara CSR dengan kinerja organisasi. Sedangkan ketika hipotesis pertama, keempat dan kelima signifikan maka timbulah hipotesis penerapan praktik ramah lingkungan akan memediasi hubungan antara CSR dengan perilaku peduli lingkungan karyawan di tempat kerja.

Adapun tujuan penelitian ini untuk menguji hubungan antara implementasi inisiatif CSR, penerapan praktik ramah lingkungan oleh organisasi, kinerja organisasi dengan sikap peduli lingkungan karyawan di tempat kerja. Pengukuran yang dilakukan untuk mengukur CSR terdiri dari 12 item yang mengukur CSR dalam 3 dimensi. Kemudian untuk praktik ramah lingkungan menggunakan skala 16 item untuk mengukur produk dan memproses praktik ramah lingkungan terkait. Kemudian kinerja organisasi diukur dengan skala 3 item dan yang terakhir perilaku peduli lingkungan karyawan diukur dengan penggunaan lampu, AC, air dan kendaraan di tempat kerja. Pengumpulan sampel dan data dilakukan pada beberapa perusahaan, perusahaan pertama adalah perusahaan yang telah berdiri 5 tahun dan dengan lebih dari 100 karyawan dan memiliki cabang yang tersebar di beberapa negara bagian. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner melalui manajer sumber daya manusia yang dibagikan kepada karyawan. Perusahaan selanjutnya mengumpulkan data melalui kuesioner secara langsung dengan karyawan tanpa perantara manajer sumber daya manusia dan ditekankan pada saat awal kuesioner bahwa data yang diambil ini untuk keperluan penelitian dan akan dirahasiakan. Proses pengujian ketujuh hipotesis menggunakan

model persamaan struktural berbasis kovariansi menggunakan AMOS. Untuk mengukur validitas variabel laten menggunakan komunalitas, AVE dan akar kuadrat AVE. Kemudian Alfa Cronbach dan keandalan komposit digunakan untuk mengukur keandalan. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis dan indeks goodness of fit digunakan untuk menentukan model fit. Profil dari semua responden mempresentasikan bahwa proporsi pekerja laki laki lebih banyak dari pekerja perempuan. Untuk mengetahui apa ada perbedaan yang signifikan pada variabel jenis kelamin serta Pendidikan maka perlu dilakukan analisis varian dan uji t. Hasil pengujian uji t mempresentasikan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dari jenis kelamin untuk semua variabel kecuali CSR, begitu juga dengan pendidikan tidak ada perbedaan yang signifikan kecuali perilaku peduli lingkungan. Sedangkan menggunakan analisis varian juga tidak ditemukan perbedaan yang signifikan untuk semua variabel penelitian.

Model pengukuran reabilitas komposit menggambarkan keandalan yang kuat, validitas konvergen yang diperiksa menggunakan AVE menunjukkan validitas konvergen yang kuat dan validitas diskriminan yang kuat. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis pertama, kedua, ketiga dan kelima signifikan dan CSR memiliki hubungan yang kuat dengan penerapan praktik ramah lingkungan dan kinerja organisasi. Namun hipotesis keempat tidak didukung. Hipotesis keenam terkonfirmasi dikarenakan adanya mediasi parsial praktik ramah lingkungan antara CSR dan kinerja. Kemudian hasil penelitian menggambarkan bahwa CSR memiliki hubungan yang erat dengan praktik ramah lingkungan serta dengan perilaku peduli lingkungan karyawan. Namun hubungan mediasi praktik hijau dengan CSR dan perilaku peduli lingkungan karyawan tidak didukung dengan kata lain hipotesis ketujuh ditolak

Dalam hasil penelitian dapat digambarkan bahwa CSR perlu dilaksanakan perusahaan. Karena dalam penelitian dengan dilaksanakan tanggung jawab sosial oleh perusahaan kinerja pasar menjadi tinggi begitu pula dengan kinerja lingkungan dan biaya. Kemudian dengan pengimplementasian tanggung jawab sosial perusahaan akan

menguatkan hubungan antara tanggung jawab sosial dengan perilaku peduli lingkungan karyawan di tempat kerja.

Dalam kontrak sosial organisasi memiliki tanggung jawab untuk memberikan kepada masyarakat, Organisasi dapat mengimplementasikan itu dengan penerapan CSR yang mana berdasarkan penelitian ini bahwa CSR memiliki hubungan yang positif terhadap kinerja organisasi sehingga ketika perusahaan menerapkan CSR maka perusahaan tidak akan mengalami kerugian. Praktik ramah lingkungan yang diterapkan perusahaan tentunya berdasarkan tuntutan sosial, pemerintah dan tuntutan alam. Dengan penerapan praktik ramah lingkungan diharapkan secara psikologis karyawan bisa terbiasa dengan perilaku yang peduli terhadap lingkungan dimanapun berada. Berdasarkan penelitian ini juga bahwa praktik ramah lingkungan memiliki hubungan positif dengan kinerja perusahaan.

Dalam tinjauan pustaka yang dilakukan, hubungan antara tanggung jawab sosial dengan kinerja memiliki hasil yang beragam, namun pada penelitian ini menghasilkan hubungan positif antara CSR dengan kinerja dan juga CSR dengan praktik ramah lingkungan. Penelitian ini mempresentasikan bahwa betapa pentingnya pengimplementasian CSR dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Sughanti, 2019).

2.3.3.9. Korupsi Lokal dan CSR

Korupsi sudah tidak asing lagi dalam dunia politik dan bisnis, karena korupsi sudah ada sejak zaman dahulu. korupsi yang ada sejak zaman dahulu ternyata menimbulkan beberapa hambatan pada pembangunan ekonomi dan keuangan, serta dapat menghalangi perdagangan. Karena banyaknya kasus korupsi lokal di perusahaan maka, Penelitian ini menganalisis hubungan *local corruption* dan CSR. Kebanyakan perusahaan dengan tingkat korupsi lokal yang tinggi memiliki CSR yang lebih rendah sehingga penulis menyadari betapa pentingnya CSR dalam mengatasi masalah korupsi lokal di perusahaan. Selain itu, penulis akan memeriksa terkait adanya pengaruh biaya lain untuk masyarakat terhadap perilaku perusahaan.

Penulis menduga bahwa paparan korupsi lokal akan dikaitkan melalui efek korupsi bersyarat dengan disposisi yang lebih rendah dari perusahaan untuk melakukan kebaikan sosial. Hipotesis selanjutnya yaitu apabila tingkat korupsi di suatu lingkungan perusahaan tersebut rendah, maka para manajer akan kurang terlibat dalam perilaku anti sosial. Hal tersebut dikarenakan adanya biaya melanggar norma-norma sosial sehingga tingkat distigmatisasi menjadi sangat tinggi. Kebalikannya apabila suatu perusahaan menganggap korupsi sebagai hal yang lazim dan mengingat bahwa CSR mahal. Maka, para manajer akan mengurangi perilaku pro-sosial mereka karena biaya pelanggaran norma berkurang.

Penelitian ini menggunakan sampel yang tersedia dari COMPUSTAT tahun 1991-2013 yang merupakan informasi lokasi perusahaan. Data yang digunakan untuk CSR yakni menggunakan data dari Kinder, Lydenberg, dan Domini yang disediakan melalui WRDS. Sedangkan untuk mengukur korupsi, penulis menggunakan nomor lokal dari hukuman korupsi federal yang dituntut oleh DOJ untuk setiap negara bagian. Dengan menggunakan kontrol variable utama yaitu EBITDA sebagai variable pendapatan perusahaan, M/B sebagai rasio pasar ke buku, hutang, *Indeks KZ* sebagai kendala keuangan perusahaan, *Inst Own* sebagai kepemilikan institusional disebuah perusahaan, dan dividen. penulis juga menggunakan variable indikator yang diambil dari perusahaan yang berlokasi di Washington, DC. Sedangkan untuk variable lokal yakni sebagai berikut; *LogPop*, pendidikan, pendapatan lokal, rasio CPR, senior Lokal, dan republik.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa korupsi lokal akan berdampak negatif dan signifikan pada CSR. Republic memiliki koefisien negatif dan signifikan secara statistik, *LogPop* memiliki koefisien negatif dan signifikan secara statistik. Untuk variable lokal memiliki koefisien yang tidak signifikan secara statistik yakni: pendidikan memiliki koefisien negatif, sedangkan pendapatan lokal, rasio CP, dan senior lokal memiliki koefisien positif. Hasil analisis menunjukkan bahwa korupsi lokal tidak didorong oleh faktor lokal (Ucar & Staer 2020).

2.3.3.10. CSR dan Inovasi: Studi Internasional

Untuk dapat bertahan dalam perubahan dunia yang cepat, Perusahaan memerlukan inovasi untuk mengalahkan para pesaing. Dalam sebuah literatur beranggapan bahwa CSR dapat membantu perusahaan dalam menggait pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempertahankan tenaga kerja. Namun, aliran studi lainnya menyatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap inovasi. Hal ini melatarbelakangi peneliti untuk dapat menjawab pertanyaan yang belum terselesaikan dengan bantuan database yang tersedia dalam 20 negara, untuk memeriksa apakah CSR berpengaruh terhadap inovasi di Negara maju dan Negara berkembang serta peranan pembangunan ekonomi dan system hukum. Penelitian ini memberikan pandangan baru dalam perdebatan tersebut. Dengan metode kuantitatif, peneliti menggabungkan tiga database 1) *database Thomson Innovation*; (2) *Thomson Basis data Reuters Asset 4*; (3) *Compustat Amerika Utara dan database Compustat Global*.

Peneliti menggunakan metrik berbasis paten untuk mengukur variabel dependen yaitu inovasi sebagai ukuran utama. Untuk mengukur kinerja CSR, variabel independen peneliti menggunakan skor kinerja yang diperoleh dari database *Thomson Reuters Asset 4* yang dapat mengukur pemanfaatan limbah oleh manajemen. Variabel khusus juga digunakan yaitu tingkat perusahaan dan pertumbuhan Negara. Tingkat perusahaan dengan melihat rasio penelitian dan pengembangan, profitabilitas, liabilitas, total asset, asset tetap, utang, pengeluaran, arus kas dan dividen sedangkan pertumbuhan Negara dengan melihat tingkat keuangan Negara, likuiditas saham dan hukum yang ditegakkan.

Dari 20 negara yang dijadikan sampel, 5 diantaranya merupakan Negara berkembang. Distribusi sampel memperlihatkan bahwa dua Negara mendominasi sampel, yaitu Amerika Serikat dan Jepang, namun setelah diuji kembali hasil penelitian tetap sama, sehingga hasil penelitian akurat. Ukuran rata-rata perusahaan dalam sampel adalah sekitar \$ 1.35 Miliar. Skor CSR menunjukkan korelasi positif dan signifikan

dengan median sebesar 64,27% dan simpangan baku relative tinggi sebesar 28,18. Maka, adanya pengaruh CSR terhadap inovasi perusahaan.

Dalam analisis regresi linear, koefisien pada skor CSR positif dan signifikan secara statistik kurang dari ambang batas 1%, menunjukkan bahwa perusahaan dengan skor tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih baik cenderung inovatif.

Untuk memeriksa ketahanan, peneliti menguji kembali. Hasil yang didapatkan sama dengan penelitian sebelumnya. Pada table 4 sampai 6 menjelaskan bahwa Perusahaan yang memiliki hukum umum, kinerja CSR lebih rendah dibandingkan dengan Negara yang memiliki hukum sipil. Penegakkan hukum yang tinggi berpengaruh terhadap perusahaan agar mau melakukan CSR. Inovasi berguna bagi perusahaan untuk meningkat kualitas dan profitabilitas. Dengan meningkatkannya inovasi perusahaan dalam teknologi dan lainnya, CSR penting bagi perusahaan untuk memberikan respon positif masyarakat terhadap perusahaan. Banyak kerusakan yang mengakibatkan kerusakan lingkungan dalam kehidupan masyarakat sekitar, disini peran CSR menjadi salah satu cara masyarakat dapat hidup berdampingan dengan perusahaan.

Dalam penelitian ini, CSR memiliki pengaruh terhadap Inovasi perusahaan. Namun, masih banyak perdebatan yang menentang hal ini. Hasil penelitian dapat menjadi literatur baru. Namun, penelitian ini memiliki sampel yang cukup terbatas, seperti hanya membahas tren global, sampel perusahaan yang didominasi Negara maju dan hanya berfokus pada tingkat perusahaan dan hukum yang ditegakkkan. Masih banyak lagi yang harus diteliti yakni budaya, keuangan nasional serta media untuk memperkuat keakuratan hasil penelitian (Chkir, et.al., 2019).

2.3.3.11. Konservatisme Akuntansi dan CSR

Sudah sejak lama diketahui bahwa konservatisme akuntansi dapat memfasilitasi perusahaan dalam membuat kontrak yang efisien kepada pemangku kepentingan. Namun, hingga saat ini, hanya sedikit penelitian yang meneliti apakah perusahaan yang berfokus pada pemangku kepentingan melaporkan keuangannya

secara konservatif. Berdasarkan teori pemangku kepentingan (*Stakeholder Theory*), untuk meningkatkan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, perusahaan melaporkan keuangan secara konservatif agar dapat memberi perlindungan risiko kepada pemangku kepentingan. Akan tetapi, berdasarkan teori keagenan (*Agency Theory*) dengan perspektif agensi menyiratkan adanya hubungan terbalik antara komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan dengan konservatisme akuntansi. Akibatnya, hubungan antara kedua hal ini menjadi sebuah pertanyaan empiris.

Untuk menjawab pertanyaan empiris tersebut, peneliti merumuskan dua hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis A yaitu CSR perusahaan berhubungan positif dengan konservatisme akuntansi. Peneliti mengharapkan adanya hubungan yang positif antara CSR dan konservatisme akuntansi. Di sisi lain, dalam penelitian sebelumnya berpendapat bahwa konservatisme akuntansi dapat menyebabkan perusahaan mengurangi risiko informasi dan masalah dengan agen (manajemen). Jika perusahaan tersebut lebih berorientasi pada pemangku kepentingan, maka pemegang saham mungkin menuntut untuk mengurangi konservatisme, agar meminimalisir masalah keagenan. Oleh karena itu, peneliti juga memprediksi bahwa CSR berhubungan terbalik dengan konservatisme akuntansi, yang mana tertuang dalam hipotesis B yaitu tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan berhubungan negatif dengan konservatisme akuntansi.

Proksi CSR diambil dari database MSCI Kinder, Lydenberg, and Domini (KLD). Pertama, pengukuran CSR yaitu total kekuatan (*strengths*) dikurangi dengan total perhatian (*concerns*) dalam lima kategori peringkat sosial KLD, di antaranya komunitas (*community*), keragaman (*diversity*), hubungan karyawan (*employee relations*), lingkungan (*environment*), dan produk (*product*). Kedua, CSR diukur dengan menggunakan ukuran CSR standar (SCSR), agar CSR dapat dibandingkan tiap-tiap tahunnya. Secara khusus, peneliti melakukan standarisasi skor CSR dengan mengurangi rata-rata skor CSR perusahaan untuk tahun yang sama dengan skor mentah CSR perusahaan, dan kemudian diskalakan dengan standar deviasinya. Ketiga, peneliti

menggunakan variabel indikator CSRID (*CSR Index Disclosure*), didefinisikan sebagai satu jika nilai bersih CSR positif, dan nol jika sebaliknya.

Adapun proksi konservatisme akuntansi yaitu mengikuti penelitian sebelumnya. Pertama, CONMKT, proksi berbasis pasar yang didefinisikan sebagai BMR (*book to market ratio*) negatif. Kedua, CONCAP, cadangan tersembunyi yang dihasilkan dari perlakuan terhadap item tertentu, dihitung sebagai jumlah cadangan LIFO, cadangan penelitian dan pengembangan, dan cadangan iklan. Atau dapat dirumuskan sebagai $CONCAP = LIFOCAP + RDCAP + ADCAP$. Ketiga, CONACC, proksi berbasis akrual yang ditangkap dari akumulasi akrual non operasi negatif tiga tahun.

Penelitian ini mengambil sampel dari database KLD dan COMPUSTAT selama tahun 2003-2013, di mana ditemukan sampel akhirnya sebanyak 3621 perusahaan dan 18.076 tahun. Pengujian sampel tersebut diawali dengan uji statistik deskriptif, untuk melihat gambaran karakteristik dari seluruh variabel, terdiri dari mean dan median. Kemudian, dilakukan uji univariat, di mana perusahaan sampel dikelompokkan berdasarkan skor CSR standar, jika skor SCSR lebih besar dari median, maka termasuk perusahaan dengan CSR tinggi, dan sebaliknya. Dari uji univariat tersebut, peneliti menemukan bahwa kelompok perusahaan dengan CSR tinggi lebih konservatif dalam melaporkan keuangan, ukuran perusahaannya lebih besar, memiliki rasio leverage yang lebih rendah, dan lebih cenderung mempekerjakan auditor *Big Four*. Lalu, peneliti melakukan uji multivariat terbagi menjadi tiga model, di mana tiap-tiap modelnya menggunakan tiga proksi konservatisme akuntansi sebagai variabel dependen, dan menggunakan tingkat signifikansi 1%. Hasil dari model 1 (CONMKT), model 2 (CONCAP), dan model 3 (CONACC), ditemukan bahwa CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap konservatisme akuntansi, dan ditemukan bahwa komponen CSR yang berpengaruh lebih besar terhadap konservatisme akuntansi adalah keragaman (*Diversity*). Perusahaan dengan tenaga kerja yang terdiversifikasi cenderung melakukan praktik akuntansi konservatif. Selain itu, variabel kontrol lainnya juga berpengaruh positif terhadap konservatisme akuntansi. Selanjutnya,

peneliti mengganti variabel CSR yang dipakai sebelumnya dengan variabel alternatif yaitu CSRID, hasil pengujian ini juga menunjukkan CSRID berpengaruh positif terhadap konservatisme akuntansi.

Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan regresi kuadrat terkecil dua tahap (2SLS), untuk memperhitungkan bias endogenitas yang disebabkan oleh variabel yang dihilangkan atau kausalitas terbalik. Pada regresi tahap pertama, peneliti menggunakan model OLS untuk memprediksi skor CSR. Pada tahap kedua, peneliti menggunakan estimasi CSR dari regresi tahap pertama sebagai variabel independent dan melakukan regresi kembali. Hasilnya, penelitian ini tidak menderita bias yang disebabkan oleh endogenitas.

Berdasarkan uji-uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis A terbukti, yaitu perusahaan yang menjalankan program CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap konservatisme akuntansi, sejalan dengan teori pemangku kepentingan. Perusahaan yang berorientasi CSR lebih mungkin untuk melayani kebutuhan para pemangku kepentingan daripada mengejar keuntungan pribadi dengan menerapkan konservatisme akuntansi (Guo, Huang, & Zhang, 2020).

2.3.3.12. Implikasi CSR dan Inovasi

Dewasa ini, perkembangan dalam dunia manajemen terus merambah. Seiring berjalannya waktu masyarakat membutuhkan CSR pada perusahaannya sebab untuk bertahan dan tampak unggul, perusahaan perlu melibatkan kepercayaan antar karyawan serta perusahaan, mengurangi masalah terkait keuangan, dan mempertahankan tenaga kerja dalam suatu perusahaan. Biasanya penetapan CSR justru tidak sesuai dengan inovasi perusahaan, akibatnya perusahaan mengalami penurunan kinerja dan daya saing. Untuk itu perlu ditinjau kembali bagaimana cara agar tanggung jawab sosial perusahaan dapat berpengaruh pada inovasi perusahaan.

Perlu diuraikan pengaruh tanggung jawab sosial terhadap inovasi perusahaan, terutama pada negara-negara berkembang dan negara maju, serta dampak positif tanggung jawab sosial terhadap inovasi perusahaan yang bersifat kompetitif. Pada era

serba inovasi ini juga, perlu dijabarkan bagaimana kebijakan tanggung jawab sosial yang diberlakukan terkait inovasi dan kreativitas perusahaan.

Pada penguraian masalah yang akan dijabarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kontribusi CSR terhadap perusahaan inovasi yang kompetitif, menyelidiki pengaruh dan tingkat perkembangan tanggung jawab sosial terhadap perusahaan inovasi di negara-negara berkembang dan negara maju, serta kontribusi tanggung jawab sosial terkait penambahan nilai bagi perusahaan.

Metode dalam penelitian ini bersifat kuantitatif sebab menguji serta menghubungkan variabel CSR terhadap inovasi melalui variabel-variabel yang diukur dengan angka. Untuk ukuran inovasi didasarkan atas variabel tergantung yang dijabarkan lewat logaritma, pada ukuran tanggung jawab sosial perusahaan digunakan variabel independen, yakni dengan menghitung rata-rata jumlah skor di lingkungan sosial, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial, lalu untuk menghitung perbedaan di tingkat perusahaan dan negara digunakan variabel kontrol.

Peranan tanggung jawab sosial terhadap inovasi yang kompetitif perlulah menciptakan daya unggul, seperti: meningkatkan produktifitas, pertumbuhan, dan profitabilitas. Hal ini ditujukan agar inovasi perusahaan bisa bersaing dalam dunia bisnis. Untuk itu tanggung jawab sosial dirancang untuk mempromosikan diferensiasi pada produk dan tingkat perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu menyiapkan strategi terkait tanggung jawab sosial, mengikuti tren teknologi di era sekarang, melakukan pengurangan biaya di perusahaan dalam hal penggunaan sumber daya, dan memperoleh pendapatan yang relatif tinggi.

Tingkat CSR yang menghadirkan inovasi dianggap memiliki kinerja lebih baik dalam mempertahankan mutu perusahaan, tingkat produktifitas antar karyawan, dan daya kreatif produk/jasa dalam perusahaan. Lewat ini juga, perusahaan dapat mempertimbangkan masalah sosial dalam hal tanggung jawab sosial sebagai solusi baru untuk berinovasi, baik bagi perusahaan ataupun lingkungan sekitar. Melalui pemecahan solusi terhadap lingkungan sekitar, perusahaan bisa mendapat keuntungan berupa inovasi baru atas kontribusinya.

Tujuan CSR pada dasarnya tak selalu sejalan dengan inovasi. Hal ini dikarenakan pelanggan tidak memiliki alasan untuk memilih produk yang inovatif bagi mereka. Alasan tanggung jawab sosial terhadap inovasi dinilai hanya untuk melindungi perusahaan dari persaingan pasar, bahkan tujuan akhir perusahaan dinilai tidak menguntungkan pemegang saham melainkan lebih menguntungkan pada manajer. Alhasil, tanggung jawab sosial dinilai kurang kompetitif bagi perusahaan.

Pada umumnya, dalam hal inovasi negara berkembang cenderung tertinggal ketimbang negara maju. Hal ini biasanya karena lingkungan dan sosial yang tak memadai, peran pemerintah yang kurang tegas, sumber daya manusia yang lemah serta modal yang kecil. Akibatnya tanggung jawab sosial terhadap inovasi dinilai kurang efektif di negara berkembang. Biasanya sistem hukum yang memiliki pertahanan kuat akan berpengaruh besar terhadap inovasi perusahaan. Sistem hukum yang kuat akan memungkinkan perlindungan terhadap investor lebih tinggi serta mendorong inovasi lebih besar terhadap perusahaan. Negara berkembang biasanya memiliki likuidasi pasar saham yang lebih tinggi dan kurang inovatif hal ini sangatlah berbeda dengan negara maju yang cenderung memiliki pendapatan perkapita tinggi.

CSR terhadap inovasi tentulah sangat relevan diterapkan. Tak hanya negara maju, tetapi negara berkembang juga patut menerapkan CSR dalam hal inovasi, seperti mempromosikan inovasi bagi perusahaan. Namun, agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis diperlukan inovasi yang lebih mumpuni dan ketat karena dengan adanya daya saing yang kuat antar perusahaan biasanya akan mendorong inovasi agar lebih proaktif dan perusahaan berusaha lebih baik dalam meningkatkan daya pasarnya, sehingga pengaruh CSR secara ekonomis dinilai cukup besar. Jadi, tanggung jawab inovasi atas inovasi dinilai masih memiliki dampak positif bagi perusahaan.

Implikasi penelitian CSR terhadap inovasi dinilai lebih berpotensi di negara maju hal ini didasarkan atas besarnya peran negara maju terhadap budaya, sistem hukum dan pertahanan negara, pendapatan perkapita, sistem keungan, serta media. Seperti pada implementasinya, Jepang dan Amerika Serikat memiliki potensi yang

paling mendominasi dari segi CSR terhadap inovasi dan cenderung memiliki efek positif dalam hal inovatif (Ihmed, et.al.,2020).

2.3.3.13. Tantangan Penerapan CSR dalam Konteks Hak Asasi Manusia

Dalam menjalankan sebuah bisnis dan mendirikan sebuah perusahaan harus ada keseimbangan antara bisnis dan kesejahteraan masyarakat. Maksudnya disini adalah perusahaan dan karyawan perusahaan harus memikirkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar, tidak hanya memikirkan tentang bisnis itu sendiri dan keuntungan dari bisnis tersebut. Dalam banyak kasus banyak perusahaan yang tidak peduli dengan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar, serta masih mengabaikan tentang hak asasi manusia dalam menjalankan perusahaannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kebijakan CSR perusahaan tentang hak asasi manusia telah dilaksanakan dengan baik atau tidak. Dari banyaknya kasus masih banyak perusahaan yang mengabaikan hak asasi manusia (HAM), CSR dalam HAM sangat dibutuhkan, agar kesejahteraan masyarakat sekitar tetap terjamin dan pemukiman yang terdampak akibat proyek perusahaan dapat dikembalikan dan mendapat ganti rugi sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

Metode penelitian ini berfokus pada kinerja karyawan perusahaan dalam menangani kasus pengusuran lahan dan pemukiman masyarakat akibat proyek perusahaan dapat kembali dan mendapat ganti rugi yang sepadan. Masalah hak asasi manusia yang utama akibat pembangunan proyek adalah kompensasi yang dibayarkan oleh perusahaan tidak sepadan dengan nilai penggantian, uang ganti rugi yang diberikan tidak menjamin kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat yang mempunyai mata pencaharian yang bergantung pada lahan pertanian. Tanggung jawab sosial atau CSR perusahaan disini berfokus untuk menangani hak asasi manusia dan kesejahteraan masyarakat yang lahannya terdampak akibat proyek perusahaan.

Dari CSR ini, perusahaan dapat mengatasi dan mengurangi masalah mengenai pengusuran pemukiman masyarakat akibat proyek perusahaan. Yang dimaksud dapat

mengatasi dan mengurangi masalah tersebut adalah dengan adanya CSR masyarakat tidak perlu khawatir lagi akan uang ganti rugi jika sewaktu-waktu perusahaan menggusur lahan ataupun pemukimannya, serta masyarakat juga tidak perlu khawatir dengan adanya intimidasi dan kekerasan ketika perusahaan ingin melakukan penggusuran lahan. Dari perspektif hak asasi manusia, partisipasi yang berarti adalah kunci untuk memastikan bahwa hasil yang berhasil dicapai dalam proses kompensasi dan pemukiman kembali dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan penggusuran lahan untuk proyek sebaiknya perusahaan melakukan sosialisasi kegiatan pembangunan yang akan dilaksanakan, mufakat untuk mencapai kesepakatan antara masyarakat dan perusahaan dalam pembangunan proyek juga sangat dibutuhkan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dapat berdampak positif untuk kesejahteraan masyarakat yang lahannya terkena gusuran proyek perusahaan (Ploeg & Vanclay, 2018).

2.3.3.14. Pengungkapan CSR dan Pengaruhnya terhadap Investor Asing

Penelitian ini menguji mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap keputusan penilaian investor asing relatif terhadap investor domestik. Ada beberapa penelitian yang telah berkembang sebelumnya mengevaluasi apakah perusahaan peduli tentang masalah lingkungan dan sosial, dan apakah pengungkapan CSR menyampaikan informasi yang berguna bagi investor untuk penilaian perusahaan. Namun, penelitian tersebut sebagian besar hanya melihat dari sisi investor dalam negeri, dan kurang memperhatikan bagaimana pengungkapan CSR mempengaruhi investor asing.

Penelitian dilakukan sesuai dalam peraturan di Cina, di mana beberapa perusahaan menerbitkan dua kelas saham dengan arus kas dan hak suara yang identik. Saham A diperdagangkan dalam mata uang lokal (RMB) dan sebagian besar oleh investor dalam negeri, sedangkan saham B diperdagangkan dalam dolar AS atau Hong Kong (HK) dan umumnya oleh investor asing. Tidak seperti di negara lain dengan pasar

saham tersegmentasi, saham asing di Cina sebagian besar diperdagangkan dengan diskon relatif terhadap saham dalam negeri. Sampai saat ini tidak ada penelitian yang berusaha untuk mengevaluasi kemungkinan hubungan antara pengungkapan CSR dan variasi data dalam diskon saham asing di Cina; penelitian ini meneliti kemungkinan hubungan ini dan mengisi celah ini.

Beberapa penelitian yang sudah ada sebelumnya menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan dalam dua cara. Secara positif, aktivitas CSR dipandang membuat perusahaan lebih menarik bagi pelanggan dan investor yang sadar lingkungan dan sosial, dan mengurangi eksposur perusahaan terhadap risiko litigasi yang terkait dengan polusi dan kesejahteraan karyawan. Di sisi negatif, bagaimanapun, aktivitas CSR mahal dan mengalihkan sumber daya yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk peluang investasi yang dapat memberikan keuntungan kepada pemegang saham. Dapat kita ketahui bahwa investor menuntut pengungkapan informasi perusahaan untuk tujuan penilaian dan tata kelola. Oleh karena itu, pada penelitian ini diharapkan pengungkapan CSR dapat mengurangi biaya informasi investor asing lebih banyak daripada investor dalam negeri. Dengan kata lain, pengungkapan CSR dapat membantu mengurangi kerugian informasi investor asing dan mengurangi keuntungan yang mereka harapkan sebagai kompensasi risiko.

Untuk menguji pernyataan, pada penelitian ini menggunakan sampel perusahaan China yang menerbitkan saham A dan B selama periode 2008 hingga 2011. Pemerintah China mulai mendorong perusahaan untuk terlibat dalam aktivitas CSR, dan khususnya pengungkapan, pada tahun 2006. Dengan demikian, China memiliki sistem dua tingkat terkait pengungkapan CSR, yaitu grup wajib dan grup sukarela. Untuk meningkatkan ukuran sampel dalam analisis maka mempertimbangkan memakai kedua kelompok.

Dalam penelitian ini dapat ditemukan tiga hipotesis yaitu hipotesis pertama berupa pengungkapan CSR berbanding terbalik dengan diskon saham asing dari perusahaan China, hipotesis kedua yaitu hubungan terbalik antara pengungkapan CSR dan diskon saham asing lebih terlihat di antara perusahaan China dengan lingkungan

informasi yang lebih lemah, dan hipotesis yang ketiga yaitu hubungan terbalik antara pengungkapan CSR dan diskon saham asing lebih terlihat di antara perusahaan China yang berbasis di kawasan yang lebih tercemar lingkungan.

Setelah dilakukan pengujian hipotesis, ditemukan bahwa diskon saham asing berbanding terbalik dengan kualitas pengungkapan CSR, perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR lebih banyak dikaitkan dengan diskon saham asing yang lebih rendah, sesuai dengan persepsi investor asing yang menganggap perusahaan tersebut memiliki asimetri informasi yang lebih rendah. Selanjutnya, ditemukan bahwa hubungan negatif antara diskon saham asing dan pengungkapan CSR lebih terlihat di antara perusahaan dengan pengikut analis yang lebih rendah dan liputan media yang lebih sedikit, yang sejalan dengan pengungkapan CSR lebih berguna bagi investor asing ketika lingkungan informasi perusahaan lebih lemah. Selain itu, hubungan terbalik antara diskon saham asing dan pengungkapan CSR lebih signifikan di antara perusahaan yang berbasis di kawasan yang lebih tercemar, sejalan dengan pengungkapan CSR menjadi lebih penting bagi investor asing ketika potensi risiko regulasi dan biaya litigasi perusahaan lebih tinggi. Kemudian, analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR lebih relevan dengan harga saham-B (investor luar negeri) daripada harga saham-A (investor dalam negeri), sejalan dengan informasi CSR yang lebih berguna bagi investor asing.

Pengungkapan CSR menyampaikan informasi untuk membantu investor mengevaluasi seberapa besar upaya yang dilakukan perusahaan untuk menangani masalah lingkungan dan sosial untuk menarik pemangku kepentingan dan menunjukkan seberapa besar kemungkinan perusahaan akan menanggung biaya pembersihan polusi dan risiko litigasi di masa depan. Selain itu, ini juga memberikan informasi tentang apakah perusahaan salah mengalokasikan sumber daya keuangan dan mengambil alih pemegang saham saat terlibat dalam aktivitas CSR (Cai, et.al., 2019).

2.3.3.15. CSR dan Hubungan terhadap Konsumen

CSR saat ini telah digunakan sebagai strategi untuk mempengaruhi pilihan konsumen. Dalam upaya mendukung pengambilan keputusan pemasaran strategis, perusahaan mencoba untuk lebih memahami persepsi maupun perilaku konsumen terhadap CSR dan bagaimana hal tersebut dapat memotivasi niat pembelian mereka. Namun konseptualisasi CSR bukanlah suatu hal yang mudah, di satu sisi CSR dapat dikaitkan dengan inisiatif sukarela yang berdampak pada pemangku kepentingan perusahaan yang fokus pada kesejahteraan sosial dan lingkungan, sedangkan disisi lain CSR juga dapat mempertimbangkan perilaku yang beretika. Maka dari itu berdasarkan kombinasi pemikiran sosial ekonomi dan klasik tentang CSR. Carroll (1991) menekankan empat dimensi dalam mencari pemaksimalan efek positif dan pengurangan efek negatif pada masyarakat melalui piramida CSR, yaitu pertama dimensi ekonomi, kemudian hukum, etika, dan filantropis ukuran. Dimensi CSR ini telah dibuktikan dalam studi di Brazil.

Meskipun subjeknya telah relevan, namun masih terdapat celah terkait studi tersebut dari hasil yang dicapai oleh kinerja. Sejauh ini, sedikit penekanan telah diberikan pada studi tentang efek perilaku konsumen mengenai organisasi yang mengadopsi jenis postur ini. Selain itu, penelitian yang melibatkan efek CSR pada konsumen, bahkan penelitian terbaru prihatin dengan reaksi konsumen jangka pendek terhadap niat pembelian dan citra merek. Kami pernah mencatat adanya gap dalam literatur tentang CSR, yang bersifat jangka panjang pada konsumen. Maka dari itu studi ini dibuat untuk menyelidiki pengaruh dimensi CSR dan niat konsumen untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pemasok mereka, yang merupakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya diamati dalam literatur.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dimensi dalam CSR yang mempengaruhi niat konsumen untuk berhubungan dengan perusahaan. Kontribusi penelitian setidaknya didasarkan pada tiga isu. Pertama, penelitian ini memperluas diskusi yang disajikan oleh Ferreira et al.(2010), mengidentifikasi empat dimensi CSR yang disajikan oleh Carroll (1991), dan persepsi bahwa jika perusahaan bertanggung

jawab secara sosial hal itu akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hubungan langsung antara dimensi CSR dan tujuan hubungan konsumention. Metode penelitian ini bersifat deskriptif dan kuantitatif *cross-sectional*. Lima penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan terstruktur. Populasi penelitian dibentuk oleh konsumen yang beragam, dengan sampel akhir 544 responden. Saat ini, pandangan sosial ekonomi menekankan konsep CSR sebagai hal yang penting bagi organisasi, karena mencapai agen sosial lain selain bagian pemegang saham perusahaan. Sebuah model teoritis yang membahas praktik CSR telah dikembangkan oleh Carroll, kemudian diperbaiki dan direvisi sampai model yang dikenal sebagai Piramida CSR, yang terdiri atas empat dimensi, yaitu ekonomi, hukum, etika, dan kesusilaan. Selain dimensi, di dalam CSR juga terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang pertama yaitu aspek psikologis, kemudian aspek pribadi, aspek sosial dan terakhir aspek budaya. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa konsumen akan mempertimbangkan tindakan berkelanjutan ketika mereka berhubungan dengan perusahaan jika alasan utamanya jelas, yaitu informasi CSR dan personal perhatian yang terkait. Beberapa studi menyatakan bahwa aspek hedonis dan nilai unit dapat memicu niat. Selain itu, nilai yang diberikan oleh konsumen pada layanan ini juga terkait dengan niat membeli kembali. Dalam penelitian ini hipotesis nya terdiri atas dimensi etika secara positif mempengaruhi niat hubungan kosumen dengan perusahaan, dimensi filantropi berpengaruh positif terhadap niat hubungan konsumen dengan perusahaan, dimensi hukum berpengaruh positif terhadap niat hubungan sumer dengan perusahaan, dan dimensi organisasi berpengaruh positif terhadap niat hubungan konsumen dengan perusahaan. Hasil penelitian ini mengarah pada dimensi filantropi sebagai cara untuk pengembangan strategi oleh perusahaan yang membuat CSR sebagai perbedaan kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan perlu menghabiskan waktu maupun sumber daya pada kamera pemasaran, kampanye dan aksi komunikasi yang memperkuat dimensi filantropi,

karena telah ditemukan bahwa dimensi ini cenderung memiliki pengaruh langsung terhadap niat konsumen untuk berhubungan dengan perusahaan.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu hanya dimensi filantropis berhubungan positif dengan konstruk intensi hubungan, sehingga masalah yang berkaitan dengan perlindungan lingkungan alam, kondisi kehidupan yang lebih baik, pertumbuhan berkelanjutan, dukungan untuk LSM, promosi kesejahteraan sosial, kegiatan relawan, dan sosialisasi pentingnya sosial tanggung jawab kepada masyarakat dapat dianggap mempengaruhi daya tarik konsumen oleh perusahaan yang mempraktikkan CSR, karena hal tersebut memberikan hak istimewa kepada konsumen dalam hal meningkatkan kualitas hidup dan melestarikan lingkungan tempat mereka tinggal. Sebaliknya perusahaan yang tidak bertindak dengan dimensi filantropi mungkin akan kesulitan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen mereka, karena konsumen sepertinya tidak melihat CSR dalam dimensi lain (organisasi, etika, dan hukum). Sehingga untuk menanggulangi hal tersebut manajer perusahaan *non philanthropic* dapat mengembangkan strategi-gies untuk menunjukkan CSR mereka di dimensi lain. Alternatif lainnya adalah mulai menawarkan kepada masyarakat elemen-elemen yang membentuk dimensi tropis, seperti peduli terhadap lingkungan, menggembirakan relawan dan kesejahteraan sosial, dan melaksanakan aksi sosial, antara aksi lainnya.

Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dalam memperluas pembahasan tentang pengaruh CSR terhadap keputusan pembelian konsumen, dan mengidentifikasi dimensi CSR yang signifikan dalam intensi hubungan konsumen dengan sosial perusahaan yang bertanggung jawab. Kontribusi teoritis utama dari penelitian ini mengacu pada identifikasi bahwa dimensi filantropis sangat berguna untuk membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen. Namun, kontribusi praktis terkait dengan penyediaan informasi tentang dimensi CSR yang mempengaruhi niat hubungan konsumen dengan menawarkan hibah bagi manajer dengan tegas mengembangkan strategi pemasaran untuk mencapai pelanggan loyalitas. Selain itu survei juga berkontribusi pada pengetahuan tentang berbagai faktor yang

mempengaruhi konsumen di negara berkembang, dengan demikian, manajer dapat memikirkan perbedaan strategi yang berbeda ketika mereka mengembangkan bisnis mereka ke negara lain (Mainardes, Nossa & Uhlig, 2019).

2.3.3.16. Dampak CSR pada Advokasi Merek Konsumen

Dalam beberapa tahun terakhir, para akademisi dan praktisi bisnis mulai memerhatikan pemasaran relasional. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa hubungan etika konsumen dan identitas moral semakin terhubung dengan CSR akibat inisiatif pemasaran relasional (Vitell et al., 2016). Perusahaan kerap kali melakukan promosi CSR untuk meningkatkan citra merek mereka. Namun, ada beberapa hal yang kurang dilakukan penelitian lebih lanjut dalam hubungan konsumen dan merek yaitu bagaimana etika perusahaan, praktik pemasaran hubungan mempengaruhi identitas moral konsumen, tumpang tindih merek sendiri, emosi moral, penilaian moral, dan selanjutnya relati merek pelanggan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan fokus untuk menyelidiki dalam kondisi bagaimana inisiatif CSR perusahaan mempengaruhi relasional merek konsumen hasil seperti perilaku advokasi merek terhadap perusahaan (yaitu, merek perusahaan).

Untuk melakukan penelitian ini, maka dikenalkan dua jenis CSR dasar tindakan. Kemudian, diatur pembagian yaitu (1). penggusuran emosi dan sikap moral positif oleh tindakan CSR, (2) argumen teoritis untuk efek moderator oleh perbedaan individu konsumen tentang memunculkan reaksi emosional dan evaluatif, dan (3) efek emosi moral dan sikap perilaku advokasi konsumen terhadap merek perusahaan. Tindakan CSR perusahaan akan berdampak kepada munculnya emosi dan sikap moral konsumen seperti rasa kagum, syukur, dsb. Penelitian ini menghubungkan antara emosi dan sikap moral positif dengan tindakan CSR perusahaan dan merek perilaku advokasi. Emosi dan sikap moral merupakan dua proses yang berbeda dan berdiri sendiri. Emosi positif dan moral tidak saling berinteraksi akan tetapi keduanya diatur oleh perbedaan individu konsumen.

Setiap proses memiliki dampak independen pada perilaku advokasi merek. Hal ini dimungkinkan dalam beberapa kondisi dan seiring waktu bahwa sikap dan emosi moral dapat mempengaruhi masing-masing lain. Akan tetapi, hal ini berada di luar lingkup penelitian ini. Penelitian ini hanya membahas sikap, emosi, dan moral yang berfungsi sebagai dua mediator secara paralel. Penelitian ini dilakukan untuk dapat melihat dan mendapat informasi yang jelas terkait Dampak tindakan CSR terhadap advokasi merek konsumen (emosi, moral, dan perbedaan individu). Penelitian ini menggunakan suatu metode untuk mencapai tujuan tersebut. Pertama, memilih antara desain eksperimental subjek dengan dua kelompok eksperimental dan satu kelompok kontrol. Kemudian, membagi responden dalam dua kelompok eksperimental pertama kali membaca deskripsi netral dari perusahaan pelayaran lepas pantai Norwegia. Selanjutnya, responden dihimbau untuk membaca uraian tentang bagaimana sebuah perusahaan menjalankan berbagai praktik bisnis etis yang mendukung etika otonomi atau uraian tentang bagaimana perusahaan yang sama membantu masyarakat setempat dengan menjalankan tugas dan kewajibannya yang mengedepankan etika masyarakat. Setelah itu, responden diarahkan untuk mengisi kuisioner.

Sampel terdiri dari 106 laki-laki (51%) dan 103 perempuan (49%). Dari responden, 16% berusia antara 15 dan 24 tahun, 14% 25 hingga 34 tahun, 16% 35 hingga 44 tahun, 19% 45 hingga 54 tahun, 18% 55 hingga 64 tahun, dan 17% di atas 65. Sarjana atau pendidikan tinggi 82% dari sampel, responden dengan pendidikan sekolah menengah (15%) atau kurang (3%). Sampel agak lebih tua tetapi masih relatif mewakili populasi target (yaitu, populasi Norwegia) dalam jenis kelamin dan usia. Mereka berpendidikan lebih tinggi daripada rata-rata penduduk Norwegia, yang umum untuk panel online. Penelitian ini melakukan pengukuran dengan menggunakan skala yang ditetapkan untuk mengukur mediator, moderator, dan variabel hasil. Dalam penelitian ini skala pengukuran dinilai dengan melakukan analisis faktor (EFA) dan analisis faktor konfirmasi (CFA) di bawah dua kondisi. Kemudian, menerapkan PROCESS Model 7 untuk menguji hipotesis efek tidak langsung bersyarat dari CSR

perusahaan praktik advokasi merek konsumen di mana konsumen tanggapan dan sikap emosional adalah mediator paralel.

Hasil penelitian menunjukkan enam item mengukur kekaguman, rasa syukur, dan ketinggian (AGE) dimuat pada tiga faktor masing-masing di bawah EFA. Karena ketiga faktor tersebut berkorelasi cukup tinggi, hasil kami menunjukkan bahwa individu konsumen mengatur intensitas perasaan emosional dan reaksi evaluatif terhadap praktik CSR. Ini memberikan panduan yang berguna bagi manajer dalam segmentasi pasar dan keputusan komunikasi. Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajer perusahaan, karena mereka perlu memahami bahwa proses kognitif dan emosional memengaruhi reaksi konsumen terhadap inisiatif CSR, dan kedua proses tersebut penting dalam membangun hubungan merek konsumen. Di Strategi yang berbeda mungkin diperlukan untuk menargetkan reaksi emosional dan sikap konsumen, terutama yang berkaitan dengan program komunikasi (Xiea, et.al., 2018).

2.3.3.17. *Environmental CSR (ECSR): Menggali Perannya terhadap Kesetiaan Pelanggan*

Hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah menggunakan pendekatan berfokus. Contohnya hanya berfokus pada dimensi lingkungan, tetapi dalam hal ini belum ada yang mengeksplorasi perilaku konsumen dalam dampak inisiatif ECSR. Hal ini adalah usaha pertama dalam mengidentifikasi landasan konseptual ECSR, dimensi, dan pengaruh pada persepsi positif pelanggan terhadap organisasi. Dalam kepentingan bisnis ini ada beberapa yang mampu membuat suatu masalah dalam hal bencana lingkungan. Karena hal inilah banyak para organisasi bisnis mulai menggunakan alat pembayaran CSR. Lalu, munculah sebuah ide bahwa didalam perusahaan harus berusaha membuat bagaimana cara kerja dalam perusahaan terhadap mempertimbangkan dampak pada lingkungan tersebut. Penelitian mengenai penerapan ECSR pihak eksternal, apalagi untuk pelanggannya belum dijelaskan secara luas. Untuk percobaan penerapan CSR itu sendiri bisa dengan memakai cara melindungi dan melestarikan lingkungan dengan didasari strategi yang selaras dengan pendekatan

manajemen. Serta menumbuhkan pemikiran pada diri sendiri bahwa ekonomi, keadilan sosial dan lingkungan harus dijaga seimbang antara satu sama lain. Banyak yang berpendapat bahwasanya jika semua entitas mengapresiasi dan terjalin interaksi sosial yang positif, besar kemungkinan suatu organisasi tersebut akan mencapai suatu keberhasilan.

Pada penelitian ini, secara umum menggunakan metode *sampling*. Lalu, pada pemastian derajat keacakan, juga digunakan berupa Metode pengumpulan *data mall-intercept*. Dengan menggunakan cara penggabungan interval pengambilan sampel sesuai kelayakan, lokasi masuknya responden, dan waktu pengambilan sampel tersebut.

Dimensi ECSR ini mampu membuat konsumen bisa menyatukan inisiatif CSR organisasi. Lalu, dalam penelitian ini sendiri untuk dimensi ECSR itu termasuk pada yang pertama, E-Filantropi merupakan tersedianya keuangan untuk membuat bagaimana agar terjadi peningkatan kesadaran lingkungan dipublik. Kedua, keterlibatan E-komunitas yaitu keterlibatan anggota dalam ECSR pada keterlibatan sosial dan komunitas. *E-Customer Wellbeing* adalah perasaan atau kesan pelanggan terhadap perusahaan apakah perusahaan tersebut menyediakan produk – produk yang bagus atau tidaknya.

Melalui ECSR ini sebenarnya perusahaan secara tidak langsung sedang mempromosikan perusahaannya dengan tindakan yang bertanggung jawab akan lingkungan sosial. Karna dengan ini mampu membuat orang yang menghargai kegiatan mulia akan bangga dengan apa yang telah dilakukan oleh organisasinya tersebut. Hal ini dapat mengakibatkan peningkatan identifikasi organisasi dan memberikan pendapat. Jadi, ketika pelanggan mengetahui bagaimana bertanggung jawabnya suatu organisasi atau perusahaan, tentunya hal tersebut mampu membuat pelanggan bertindak positif terhadap perusahaan. Sebenarnya persepsi pelanggan pada perusahaan itu sangat penting. Saat perusahaan mengikuti tanggung jawab sosial, kebanyakan pelanggan akan menganggap perusahaan tersebut sesuai dengan perasaan yang mulia. Selain itu, organisasi yang berkomitmen perlindungan dan kelestarian lingkungan,

akan menerapkannya juga pada setiap aspek kegiatan termasuk pada pemangku kepentingan eksternal.

Dari hasil penelitian penulis ini menunjukkan bahwasanya dua dimensi ECSR yaitu keterlibatan sosial pelanggan memiliki pengaruh positif pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Serta, Filantropi ECSR tidak memiliki pengaruh citra perusahaan. Hasil ECSR menunjukkan memang mempunyai pengaruh, dan dapat membantu akan daya saing bisnis. Sedangkan bahwa ECSR - Customer Wellbeing memiliki pengaruh pada citra perusahaan. Lalu, untuk ECSR - Community Service itu sendiri menjelaskan bahwasanya individu berada diharapkan untuk mengantisipasi hasil dari pilihan mereka dan memilih mana yang terbaik untuk diri mereka sendiri. Jadi, ECSR - *Customer Wellbeing* dan ECSR - *Community Service* menjelaskan bahwasanya secara langsung signifikan dengan kepentingan pelanggan. Kemudian, untuk alasan pertanyaan mengapa ECSR - Filantropi tidak memiliki pengaruh relevan pada loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan keuntungan individu responden tidak berkaitan dengan filantropis perusahaan itu sendiri.

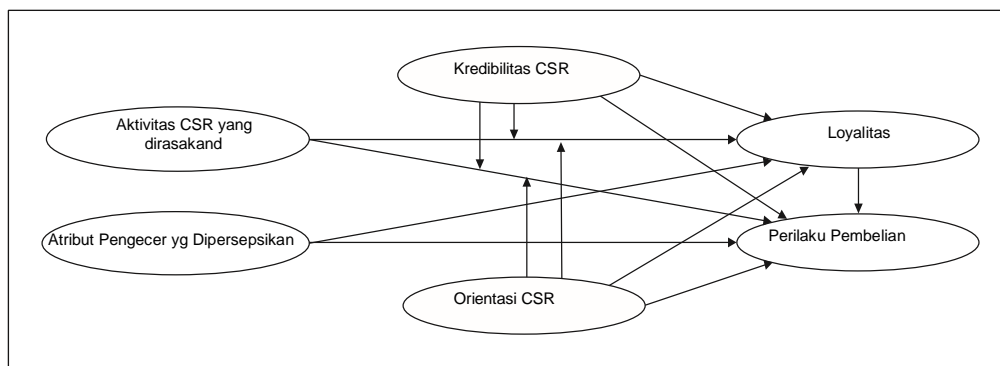
Kesimpulannya bahwasanya ECSR diterapkan karna kebanyakan seorang pelanggan akan menganggap sebuah perusahaan itu dengan berpikir positif. Jika, pelanggan melihat perusahaan yang begitu sangat bertanggung jawab akan lingkungan. Hal ini mengakibatkan terjadinya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Serta, dari loyalitas itulah mampu membuat peningkatan yang signifikan terhadap pengulangan pembelian pelanggan. Tidak hanya itu saja, dengan loyalitan pelanggan tersebut mampu membuat pelanggan tersebut secara tidak langsung mengiklankan atau mempromosikan suatu produk diantara mulut ke mulut secara sangat positif. Kemudian, tidak hanya itu saja dengan menggunakan ECSR juga akan terjadi peningkatan pada komitmen organisasi.

Dengan telaksananya ECSR di perusahaan ini mampu membuat perusahaan terbantu akan masalah untuk peningkatan loyalitas pada pelanggan itu sendiri. Bahkan, jika diimplementasikan dengan baik dan benar juga dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan produk kepada pelanggan dari mulut ke mulut. Hal ini tentu saja akan

mampu lebih dipercayai oleh pelanggan daripada promosi yang lain. Tetapi bukan juga tidak berguna sama sekali (Rashid, Khalid & Rahman, 2015).

2.3.3.18. CSR Perusahaan Retail dan Perilaku Konsumen

Latar belakang dari penelitian ini adalah ketika melihat penelitian sebelumnya hanya sedikit peneliti yang menganalisis tentang dampak dari kegiatan CSR dari sudut pandang konsumen, padahal keputusan pembelian konsumen tersebut sangatlah berpengaruh terhadap pendapatan maupun aktivitas keuangan dalam suatu perusahaan, artinya konsumen termasuk juga sebagai bagian dari pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan (Schramm-Klein, et al., 2013).



Gambar 1. Model konseptual untuk menganalisis dampak persepsi konsumen CSR terhadap perilaku konsumen.

Kemudian, penelitian sebelumnya berpendapat bahwasanya tanggung jawab sosial perusahaan harus berdampak positif terhadap perilaku konsumen, namun untuk mendapatkan hasil yang menjelaskan dampak positif tersebut ternyata tetap tidak teridentifikasi. Selain itu, aspek perilaku tanggung jawab sosial dari penelitian sebelumnya juga hanya mencakup sedikit aspek saja misalnya hanya dari aspek filantropis saja (seperti pemberian uang sukarela dan pemberdayaan masyarakat), hanya aspek ekologis saja, dan sebagainya. Oleh sebab itu, peneliti dalam penelitian ini ingin memperluas temuan dari penelitian sebelumnya dengan berpedoman pada model konseptual dari Sen dan Bhattacharya tahun 2001 untuk menganalisis persepsi

konsumen mengenai dampak CSR terhadap loyalitas dan perilaku pembelian konsumen (Gambar 1).

Kegiatan CSR bukan hanya berkaitan dengan bagaimana perusahaan menghasilkan keuntungan, namun juga bagaimana perusahaan meningkatkan tanggung jawab sosialnya diluar kepentingan perusahaan dan hukum yang berlaku. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini ialah apakah kegiatan CSR menciptakan keunggulan yang kompetitif bagi suatu perusahaan, apakah inisiatif CSR pengecer mempunyai efek dalam meningkatkan loyalitas dan perilaku pembelian konsumen, dan apakah kegiatan CSR pengecer diperhatikan atau dianggap oleh konsumen serta bagaimana kegiatan CSR tersebut berkontribusi untuk kinerja pengecer/*retailer*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh inisiatif tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan terhadap loyalitas dan perilaku pembelian dari konsumen.

Untuk menguji hipotesis, peneliti melakukan survei terhadap konsumen dengan memilih 15 perusahaan ritel dari berbagai sektor yang berbeda-beda. Perusahaan ritel yang dipilih tersebut didasarkan pada pangsa pasar dan jumlah *outlet* yang ada di Jerman, hal ini untuk memastikan bahwa setiap responden mengenal dan mengetahui perusahaan yang dipilih tersebut dan mengetahui apa saja kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini ialah dilakukan dengan membagikan kuisioner di area pejalan kaki di kota barat daya dan tengah Jerman dengan responden sebanyak 459 orang, melakukan wawancara telepon dengan total 134 responden dan melakukan survei online dengan total 2.720 responden. Sehingga total responden ialah sebanyak 3.313 responden. 3.313 responden tersebut didistribusikan secara acak di antara sektor ritel yang dipilih. Untuk memvalidasi ukuran dan menguji model yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Smart PLS (*Partial Least Squares*) dalam penelitiannya. PLS adalah suatu teknik statistik *multivariate* yang berguna untuk menangani banyaknya variabel respon serta variabel eksplanatori sekaligus. Dengan menggunakan PLS ini penulis dapat menangani banyaknya variabel independent sekalipun variabel tersebut mengalami multikolinieritas.

Peneliti menyimpulkan bahwasanya kegiatan CSR pengecer lebih berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan kurang berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Kemudian konsumen tidak mengetahui sepenuhnya mengenai aspek aktivitas CSR pengecer, hal ini tercermin dalam perbedaan koefisien regresi standar dari setiap dimensi skala persepsi CSR. *Domestic sourcing*, dukungan karyawan, dan macam-macam aspek produk seperti keamanan produk dan sebagainya merupakan domain yang paling penting dari CSR. Penelitian ini memberikan implikasi berupa kontribusi pengetahuan tentang dampak CSR terhadap perilaku konsumen dalam perusahaan ritel, dimana penelitian sebelumnya jarang sekali membahas dan bahkan gagal dalam menganalisis enam domain kegiatan CSR yang diperkenalkan oleh Sen dan Bhattacharya pada tahun 2001 secara komprehensif seperti penelitian ini.

2.3.3.19. CSR dan Kinerja Keuangan Jangka Panjang

CSR menjadi topik yang sangat dibicarakan di kalangan perusahaan, regulator, investor dan pemangku kepentingan bahkan sudah banyak sekali lembaga yang menerapkan praktik bisnis mereka menggunakan berbagai kriteria CSR. Namun, aktivitas CSR di Jepang masih dibawah Eropa dan Amerika Utara. Dapat dilihat dari investasi CSR yang terhitung hanya 3,4% dari pasar modal Jepang pada tahun 2016 dengan pertumbuhan yang cukup signifikan. Contohnya dana pensiun di Jepang sudah mengaplikasikan tata kelola perusahaan yang kuat dengan menggunakan hak suara dan mempromosikan investasi CSR dalam jangka waktu yang lama. Selain itu, Jepang juga meningkatkan penjualan dengan cara memperluas pasar ke luar negeri sehingga perusahaan harus membangun reputasi dan kepercayaan konsumen lokal yang setia yang bergantung pada rekam jejak CSR perusahaan.

Masalah yang dibahas dalam analisis ini yang pertama mengenai apakah adanya hubungan antara aktifitas CSR dengan pengembalian saham jangka panjang di Jepang. Kedua, apakah investor jangka panjang mengeluarkan segala upaya untuk meningkatkan aktivitas CSR. Ketiga, apakah aktivitas CSR bergantung pada loyalitas konsumen dan kawasan perusahaan yang menjalankan bisnis di luar negeri. Terakhir,

apakah aktivitas CSR meningkatkan saham jangka pendek. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui adanya hubungan aktivitas CSR dengan pengembalian saham jangka panjang di Jepang, mengetahui apakah investor jangka panjang dapat mengeluarkan segala upaya untuk meningkatkan aktivitas CSR, mengetahui apakah adanya ketergantungan loyalitas konsumen dan kawasan perusahaan yang menjalankan bisnis di luar negeri terhadap aktivitas CSR dan mengetahui aktivitas CSR dapat meningkatkan saham jangka pendek.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data skor CSR Jepang yang tersedia dari *GoodBankers* (GB) dari tahun 2004-2014. Data CSR yang diambil dibagi menjadi lima kategori yaitu tata kelola, pelanggan, komunitas, karyawan dan lingkungan yang diterbitkan setahun sekali dengan jangka waktu 3 dan 5 tahun dan memiliki kriteria perputaran portofolio sebesar 35%. Untuk uji ketahanan, alternatif data skor CSR berasal dari *Thomson Reuters* berupa *data asset 4*. Sedangkan, data akuntansi dan data kepemilikan dari rasio keuangan intitusional menggunakan data dari *Nikkei Financial Quest* dan QUICK. Dalam sample yang digunakan, harus mencakup database yang relevan yaitu harus saham biasa yang sudah terdaftar di pasar saham Tokyo dan memiliki data akuntansi berdasarkan yen jepang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi dan metode regresi data panel. Selain itu, juga menggunakan *two-stage least square* (2SLS) untuk mengakomodasi masalah endogenitas. Serta untuk memperkirakan abnormal return saham bulanan menggunakan model empat faktor Carhart dan model lima faktor.

Hasil penelitian berdasarkan tabel 3 yang menyajikan hasil regresi dari pengembalian CSR yang disesuaikan dengan industry jangka panjang menunjukkan skor CSR dengan kategori komunitas, karyawan, dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jangka waktu investasi 3 tahun dan 5 tahun. Dengan tingkat signifikan untuk komunitas 10% untuk jangka waktu 3 tahun dan 5 tahun, karyawan 5% untuk jangka waktu 3 tahun dan 1% untuk jangka waktu 5 tahun, dan lingkungan 5% untuk jangka waktu 3 tahun dan 5 tahun. Sedangkan skor CSR dengan kategori tata kelola dan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap investasi apapun.

Tahap selanjutnya, menentukan apakah skor CSR bergantung pada kekuatan investor jangka panjang. Hasil regresi data panel untuk skor CSR (GB) dengan kategori tata kelola, karyawan, dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan hasil regresi data panel untuk skor CSR (Asset 4) dengan kategori komunitas berpengaruh positif dan signifikan secara stabil. Hasil dari pemeriksaan terhadap wilayah penjualan untuk mengukur loyalitas konsumen di wilayah tersebut yang menggunakan skor CSR dengan rasio dan control penjualan di luar negeri. Dengan hasil untuk Amerika Utara rasio penjualan di luar negeri untuk kategori tata kelola berpengaruh positif dan signifikan selama 3 dan 5 tahun. Sedangkan, kategori lingkungan tidak berpengaruh signifikan baik selama 3 dan 5 tahun. Sebaliknya, di Eropa rasio penjualan di luar negeri untuk kategori lingkungan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan tata kelola tidak berpengaruh signifikan. Namun, di Asia hanya kategori lingkungan yang berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan untuk di Mediterania, Afrika dan Amerika selatan tidak berpengaruh positif dan signifikan sama sekali. Selain itu, hasil dari pemeriksaan terhadap pengaruh investor keuangan institusional menurut wilayah dengan hasil yang menunjukkan kategori lingkungan dan tata kelola yang berpengaruh positif dan signifikan untuk Amerika, Eropa dan Asia baik jangka waktu 3 tahun ataupun 5 tahun.

Hasil penelitian terakhir yaitu pengaruh tingkat abnormal return terhadap saham CSR setiap tahunnya dan hubungan antara pengembalian yang disesuaikan dengan industri setahun dan skor CSR. Koefisien abnormal return dalam model empat faktor berpengaruh positif dan signifikan dan menunjukkan bahwa abnormal return dalam model lima faktor berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat 10%. Sedangkan hasil dari OLS yang menunjukkan bahwa skor CSR untuk kategori lingkungan berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat 10%; (regresi data panel dinamis) yang menunjukkan bahwa skor CSR berpengaruh signifikan negatif dan memeriksa ATE dari return yang disesuaikan setahun menggunakan pencocokan skor kecenderungan. Hasilnya menunjukkan hampir semua ATE tidak berpengaruh signifikan, tetapi ada pengaruh negatif untuk kategori karyawan. Dari hasil penelitian

tersebut dapat disimpulkan adanya hubungan yang positif antara aktivitas csr dengan pegembalian saham jangka panjang dan adanya hubungan yang positif antara nilai CSR dengan kekuatan investor jangka panjang serta loyalitas konsumen (Shirasu & Kawakita, 2020).

2.3.3.20. CSR dalam Ekonomi Global

Seiring perkembangan zaman, banyak perusahaan yang semakin sadar akan etika dan hak asasi manusia serta aktif dan bertanggung jawab secara ekonomi, lingkungan, dan sosial. Selain itu, munculnya undang-undang dan inisiatif publik lainnya memberikan banyak tekanan pada industri untuk meningkatkan praktik, proses, dan tindakan bisnis yang etis. Para peneliti telah menemukan hubungan yang kuat antara kinerja sosial dan kinerja bisnis. Terdapat banyak contoh kegagalan CSR dalam beberapa tahun terakhir yang menimbulkan biaya besar bagi individu dan masyarakat pada umumnya. Salah satunya adalah tragedi Bhopal tahun 1984 yang mengguncang dunia. Ratusan ribu penduduk setempat meninggal dunia dan menjadi cacat akibat pelepasan gas beracun. Perusahaan terus berdebat melalui proses hukum tentang alokasi kewajiban. Pada persidangan awal, perusahaan diwajibkan membayar ganti rugi, sekitar 17 juta Rupiah untuk korban tewas dan 4,5 juta rupiah untuk korban luka-luka. Namun para korban ingin para tertuduh dihukum karena membunuh.

Kebijakan CSR menghasilkan tiga fokus untuk suatu perusahaan yaitu manusia, planet, dan keuntungan finansial. Manfaat praktik CSR dinilai sangat besar bagi perusahaan, komunitas, dan lingkungan sekitar. Perusahaan-perusahaan kini semakin banyak yang menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut dikarenakan beberapa faktor. Pertama, Konsumen di seluruh dunia semakin sadar akan implikasi lingkungan dan sosial, maka dari itu mereka akan mempertimbangkan apa yang akan mereka beli. Kedua, munculnya tantangan bagi perusahaan oleh regulasi pemerintah, tarif, keragaman standar, masalah etika, pembatasan lingkungan, eksploitasi tenaga kerja, dan lainnya. Hal-hal tersebut dapat merugikan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan haruslah membuat kebijakan yang bertanggung jawab secara sosial.

Banyak perusahaan menggunakan metodologi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai taktik untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat atau publik.

CSR sangat penting untuk kelangsungan hidup dan kesuksesan bisnis. Prinsip dasar perdagangan yang adil melibatkan harga yang adil, kondisi tenaga kerja yang adil, perdagangan langsung, dan kelestarian lingkungan. Namun, sangat penting untuk mengetahui sejauh mana perusahaan tertentu bertanggung jawab secara sosial. Oleh karena itu diperlukan suatu kerangka kerja untuk menilai fenomena CSR yang terkait dengan organisasi atau korporasi manapun. Model KCCSR menyediakan mekanisme dimana tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikomunikasikan melalui sistem. Model ini menyediakan sarana untuk identifikasi, klasifikasi dan analisis dan kemudian tanggapan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Fenomena yang sangat kompleks seperti tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi perusahaan global. Penelitian ini memperkenalkan ukuran tanggung jawab sosial perusahaan baru berdasarkan pendekatan holistik dan pemodelan sistem. Ini membangun model persamaan struktural variabel laten menggunakan komponen sistem untuk mengukur CSR dalam batas-batas tertentu dari sistem perencanaan strategis organisasi. Model tersebut membagi indeks CSR menjadi indeks akuntabilitas sosial dan investasi, indeks perlindungan dan keberlanjutan lingkungan, indeks tata kelola perusahaan dan tanggung jawab ekonomi serta indeks etika dan sumber daya manusia.

Dalam hal ini, model struktural variabel laten digunakan untuk merepresentasikan hubungan sebab akibat antar variabel laten. Untuk persyaratan evaluasi CSR, sistem perlu memberikan hasil yang berarti dalam kaitannya dengan hubungan sebab akibat dan pendekatan struktural. Artinya, analisis harus berbasis model. Pemodelan persamaan struktural menyediakan sarana untuk menguji hubungan. Untuk memperkirakan kekuatan hubungan sebab akibat ini, setiap variabel laten harus beroperasi dalam hal variabel manifes. Variabel manifes diukur dengan menggunakan instrumen pengukuran seperti kuesioner. Variabel manifes juga berfungsi sebagai indikator variabel laten. Perangkat lunak pengukuran CSR Kanji-Chopra (KCCSRMS)

pada dasarnya menggunakan metode *partial least square* (PLS) dalam estimasi simultan bobot konstruksi sistem CSR. Metode ini menghitung bobot dengan cara yang memaksimalkan kesesuaian model dan dengan demikian kemampuan untuk menjelaskan CSR sebagai variabel dependen akhir. Kuesioner tanggung jawab sosial perusahaan yang sejalan dengan sistem perencanaan strategis organisasi diidentifikasi sebagai instrumen utama yang digunakan untuk mengukur tanggung jawab sosial perusahaan di perusahaan yang mengadopsi model CSR perusahaan Kanji – Chopra (KCCSR).

Hasilnya, nilai koefisien luar menunjukkan bahwa masalah hak asasi manusia karyawan dan masyarakat umum tidak banyak berkontribusi pada indeks tanggung jawab sosial perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan kurang memperhatikan dan mementingkan isu HAM dalam perencanaan strategis organisasi. Sistem perencanaan strategis organisasi juga tidak memberikan tingkat tata kelola dan tanggung jawab ekonomi yang diperlukan seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien luar yang rendah. Perlindungan dan keberlanjutan lingkungan sebagai dimensi dari sistem perencanaan strategis organisasi juga memberikan kontribusi yang sangat kecil terhadap indeks CSR secara keseluruhan. Perusahaan jarang mengevaluasi tren sosio-ekonomi dan aspek sosial perusahaan. Perusahaan memiliki sistem dan prosedur yang kuat untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan strategi etika dan sumber daya manusia perusahaan. Perusahaan memiliki sistem pelaporan internal yang baik untuk memantau dan mengendalikan akuntabilitas sosial dan investasi sosial.

Perusahaan dalam ekonomi global saat ini semakin berkomitmen untuk menghormati hak asasi manusia, akuntabilitas sosial dan lingkungan, kontrol etika, dan mempromosikan pembangunan berkelanjutan melalui layanan, proses, produk, dan hubungan mereka. CSR dalam ekonomi global memerlukan penyelarasan aktivitas perusahaan dengan ekspektasi sosial, ekonomi, dan lingkungan dari “pemangku kepentingan”. Skala model KCCSR dapat digunakan untuk mengukur CSR. Langkah-langkah ini diperlukan untuk mengukur dan memantau perubahan dari waktu ke waktu, yang membantu membuat perubahan menjadi transparan dan menunjukkan

peningkatan CSR. Setuju maupun tidak setuju, suka maupun tidak suka, tanggung jawab sosial ada di sini, bersama dengan daya tanggap sosial, dan setiap orang harus menanamkan hal tersebut di hidupnya. Pemerintah, pebisnis dan masyarakat harus bekerja sama lebih erat untuk meningkatkan akuntabilitas manusia serta tanggung jawab sosial (Kanji & Chopra, 2010).

2.3.3.21. Performa CSR dalam menggali Global Ritel

Isu dan terminologi yang terkait dengan penelitian CSR sangat luas dan kompleks. Keberlanjutan merupakan istilah yang ada di mana-mana yang bisa berarti apa saja, mulai dari menyelamatkan lingkungan alam bumi hingga menghasilkan keuntungan di masa depan sebagai hasil dari posisi kompetitif (Porter, 2008). Keberlanjutan dikaitkan dengan diskusi kebijakan global tentang pembangunan berkelanjutan, dan CSR dapat digunakan secara bergantian dengan banyak istilah termasuk keberlanjutan dan keberlanjutan perusahaan. Dengan cara ini, dapat dipahami bahwa tanggung jawab sosial memiliki pengertian sebagai hukum komersial jenis baru, hukum privat atau hukum internasional yang mengatur dirinya sendiri. Ini berfokus pada regulasi dan bertujuan untuk menetapkan batasan dan insentif di lingkungan bisnis untuk mengurangi kerugian tertentu dan mempromosikan produk tertentu.

Norma CSR digunakan untuk menghambat bisnis secara informal guna mengurangi masalah-masalah mulai dari keadilan dalam pemberian upah, dampak lingkungan, hingga masalah rantai pasokan di samping tekanan formal yang disebabkan oleh undang-undang. CSR sendiri semakin berkembang menjadi hukum keras namun fenomena ini berjalan sangat lambat. Wujud CSR di bagian retail berbeda dengan di industri lain. Sedangkan industri lain dalam rantai pasokan bisa menanggulangi permasalahan area, komunitas, ataupun tempat kerja langsung mereka sendiri, fokus banyak CSR di industri ritel tidaklah asumsi terhadap penerapan langsungnya sendiri, namun dari penerapan dalam rantai pasokannya serta selaku asumsi terhadap konsumen. Dia juga berfokus pada pemberian rantai untuk menjual penjualan, yang mengarah pada efek yang tepat dari perusahaan besar seperti pembeli

bisnis. Studi tersebut menunjukkan bahwa pengusaha berada dibawah tekanan sosial dan perlu menggunakan kekuasaan mereka atas pemasok sebagai dampak perubahan positif. Para peneliti sudah mengambil beberapa titik fokus dan pendekatan untuk studi mereka. Misalnya, administrator memeriksa bagaimana proses komersial berusaha digabungkan. Mereka berinisiatif untuk menciptakan kelompok tertentu yang memiliki partisipasi kompleks dalam rantai yang berkelanjutan.

Secara menyeluruh, penelitian ini dilakukan guna mengetahui prioritas keberlanjutan dan kinerja CSR dari pengecer global terbesar secara objektif dan perbandingan kinerja CSR pengecer global secara obyektif di tiga pasar regional. Kinerja keberlanjutan pengecer jarang dievaluasi secara mandiri, sebagian karena skala organisasi yang besar, tingkat cakupan horizontal dan vertikal, dan kurangnya kerangka sistem otentikasi untuk proses evaluasi keberlanjutan yang jelas. Salah satu solusi yang diajukan oleh Asosiasi Pemimpin Industri Ritel adalah model pengelolaan keberlanjutan untuk evaluasi kinerja. Model pelaporan dan pengelolaan keberlanjutan RILA memiliki banyak kekurangan. Salah satu kekurangannya adalah modelnya melaporkan diri sendiri. Oleh karena itu, kerap kali kebenaran laporan menjadi masalah.

Oleh karena itu, model baru dan lebih kuat telah dikembangkan dan dimodifikasi secara eksternal RILA. Modifikasi ini akan menghasilkan model empat dimensi, khususnya model sosial, ekonomi, lingkungan, dan *supply chain* (SEES). SEES dikembangkan menggunakan metode pemetaan masalah untuk mengidentifikasi topik yang paling sering muncul dalam laporan keberlanjutan ritel. Model SEES memberikan indikator numerik untuk setiap komponen proyek, memungkinkan manajemen untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan memantau aktivitas di area tersebut. Hal ini juga memungkinkan untuk perbandingan bisnis-ke-bisnis yang dapat menginformasikan pengambil keputusan, asosiasi bisnis, pemimpin industri, dan pemangku kepentingan lainnya. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, kami menggunakan daftar 250 kekuatan global ritel Deloitte tahun 2017 untuk sampel awal.

Tiga standar penting ditempatkan untuk menyaring pengecer pada daftar. Standarnya adalah sebagai berikut: a) Pendapatan > \$20 Miliar, b) Pengecer umum, c) baru-baru ini dalam 3 tahun (2014-2016) mengeluarkan laporan keberlanjutan dalam bahasa Inggris, Jerman, dan Prancis. 23 pengecer dari 9 negara dipilih untuk analisis. Sampel tadi meliputi 10 pengecer teratas. Dengan sampel ini, kami bisa meliputi lebih dari 30% total pendapatan ritel top 250. Laporan keberlanjutan pengecer dan situs web dipakai menjadi asal primer untuk pengumpulan data. Laporan keberlanjutan terkini perusahaan (2014-2016) dianalisis secara sinkron menggunakan standar yang ditetapkan sebagaimana di atas. Laporan tadi dibaca secara rinci dalam tiga bahasa, Bahasa Inggris, Jerman, Prancis. Tahun 2014 dipilih menjadi tahun awal penelitian lantaran dalam tahun tersebut terjadi bala industri Rana Plaza. 27 item contoh yg dipakai guna mengetahui kinerja keberlanjutan secara holistik dikelompokkan ke pada empat kategori yg lebih luas dan dibagi menjadi berikut: ekonomi (9 item), sosial (5 item), rantai pasokan (6 item) & lingkungan (7 item) pada contoh SEES.

Menurut laporan keberlanjutan pengecer yang menerangkan taraf penerapan praktik keberlanjutan, Hasil didasarkan dari pengungkapan. Penelitian ini akan membahas bagaimana pengecer tidak sinkron merancang taktik keberlanjutan mereka untuk memasukkan dimensi rantai pasokan ekonomi, sosial, lingkungan, dan kesenjangan nilai pada taktik keberlanjutan mereka. Pembahasan selanjutnya dibagi menjadi dua subbagian, pertama berurusan menggunakan taraf dimensi dan kedua berurusan dengan taraf kriteria. Dalam dimensi, taktik menerima skor tertinggi menggunakan rata-rata 66,09. Di sisi lain, transparansi rantai suplai dan ketertelusuran mendapatkan skor rata-rata 44,35. Di antara pengecer, sepertinya terdapat penekanan dalam dimensi ekonomi (skor rata-rata 59,3), yg paling mungkin dijelaskan oleh pandangan ekonomi neoklasik secara umum dikuasai bahwa tanggung jawab sosial usaha merupakan memaksimalkan keuntungan. Dari segi dimensi sosial, rata-rata pengecer menerima skor tinggi pada keterlibatan kolaboratif (65,22). Tampaknya terdapat kesamaan untuk secara aktif mengembangkan liputan keberlanjutan sesama. Di sisi lain menurut dimensi tersebut, pengecer bisa berbuat lebih banyak pada hal

keterlibatan karyawan (53,91). Hasilnya menarik, lantaran melibatkan karyawan tampaknya sebagai faktor penentu keberhasilan sektor ritel. Bagi pengecer, skor rata-rata menyeluruh 50,43 untuk dimensi rantai suplai dan itu merupakan skor terendah selama pertumbuhan. Meskipun kelestarian lingkungan krusial untuk memulai dialog keberlanjutan global yang lebih besar, kinerja lingkungan pada studi kami menggunakan skor rata-rata 50,93.

Dalam sub-bagian ini, kami meninjau hasil tingkat kriteria model kami. Dalam taraf kriteria, dimensi sosial terdiri dari: keterlibatan pemangku kepentingan, pendidikan konsumen titik pembelian, keterlibatan kolaboratif, keterlibatan karyawan dan kampanye pemasaran. Kriteria rantai pasokan terdiri dari: toko / perusahaan, sentra data dan aplikasi, keterlibatan pemasok, gudang / DC (sentra distribusi), transportasi / logistik, dan transparansi & keterlacakan rantai pasokan. Dalam dimensi rantai pasokan, tidak terdapat pengecer yang sanggup mencapai taraf praktik terbaik di salah satu kriteria). Kriteria lingkungan adalah: desain dan pengembangan produk dan kemasan, penatalayanan akhir masa pakai produk dan kemasan, air dan air limbah, bahan kimia dan racun, manufaktur / produksi yang dimiliki, emisi tenaga dan GRK, limbah dan siklus ulang.

Penelitian telah dilakukan pada subjek produk berkelanjutan, tetapi belum adanya data rinci, perbandingan data, atau perbandingan dan evaluasi global. SEES dirancang untuk mengatasi tantangan utama ini. Kinerja rantai pasokan yang berkelanjutan sangat penting untuk memberi pembuat kebijakan, peneliti dan manajer mengenai gambaran komprehensif tentang pekerjaan dan pengembangan produk berkelanjutan. Lebih penting lagi, ini memungkinkan publik dan lembaga keberlanjutan dunia untuk memantau dan mengevaluasi kinerja industri global yang penting ini.

Studi ini memperlihatkan beberapa kontribusi akademis dan praktis. Dari perspektif akademis, studi ini berkontribusi dalam literatur dengan cara berikut. Pertama, studi sebelumnya mengenai CSR dan kinerja keberlanjutan pada industri ritel terbatas dalam satu atau beberapa ritel. Lebih lanjut, ini memperlihatkan peluang

komparatif pada banyak sekali wilayah. Studi ini merupakan studi pertama untuk mengusut pengecer dunia internasional yang memperhatikan penekanan regional mereka yang tidak selaras dan untuk menaruh pertanggungjawaban mengenai CSR dan keberlanjutan mereka. Terakhir, studi ini menaruh alat analisis baru menjadi pemugaran menurut contoh yang ada. Kerangka kerja baru, contoh Rantai Pasokan Lingkungan Ekonomi Sosial (SEES), dibuat untuk mengatasi perkara krusial supaya penghasil kebijakan, peneliti, dan manajer mempunyai wawasan yang lebih baik mengenai kinerja dan kemajuan rantai pasokan berkelanjutan mereka pada banyak sekali dimensi (Rahdari, et.al.,2020).

2.3.3.22. Kolonialitas CSR

CSR dipahami sebagai konsep yang komprehensif, dinamis, inklusif. Selain mematuhi hukum dan pengaruh sosial dalam operasional perusahaan, juga berfokus pada kerja sama para pemangku kepentingan dibidang ekonomi, lingkungan, etika dan hak asasi manusia. CSR juga telah mendapat perhatian luas dalam literatur bisnis dan literatur etika bisnis. Disini dijelaskan bahwa sudut pandang yang berlawanan diambil dan kesenjangan dalam literatur ini diselesaikan, akibatnya tanggung jawab sosial perusahaan dianggap tidak etis. Karena tanggung jawab sosial perusahaan termasuk mematuhi hukum barat dinegara-negara kolonial dan mungkin CSR ilegal serta tidak etis atas dasar kosmovisi negara-negara Pribumi berdasarkan pengawasan bersama negara-negara adat.

Di negara-negara kolonial, koloni mengganggu moral dan moral. Rasisme merupakan dasar kolonialisme dalam struktur kekuasaan sosial, olonialitas tidak membutuhkan kolonialisme pemukim karena pendidikan *Occidental* dari elit kolonial Pribumi. Kolonialitas berarti bahwa struktur kekuasaan masyarakat kolonial tetap utuh terlepas dari dekolonisasi formal. Penjelasan pada CSR ini mengangkat dua masalah utama yaitu yang pertama karena yurisprudensi Occidental telah digunakan untuk melegalkan pencabutan hak dan pencabutan hak milik negara-negara Pribumi, *Occidental* secara *de facto* menjadikan CSR sebagai alat kolonialitas yang tidak sesuai

dengan kosmovisi negara-negara Pribumi. Yang kedua, CSR telah melampaui kepatuhan terhadap hukum *Occidental*.

Dalam konteks kolonial, sangat berbeda dengan tanggung jawab sosial perusahaan, yang melampaui kepatuhan hukum aktif, karena tanggung jawab sosial perusahaan melingkupi kepatuhan hukum berhubungan tentang kepatuhan wajib dengan hukum dunia negara adat. Dalam konteks kepatuhan hukum, perusahaan menghadapi dua masalah terkait CSR. Adapun tujuan dilakukan penelitian ini ialah untuk CSR jawab sosial perusahaan bersekongkol dengan kolonialitas yang bertahan di Negara-negara kolonial pemukim.

Setelah dilakukan penelitian mengenai CSR, dapat disimpulkan bahwa CSR tidak dapat menjadi swa-regulasi dikarenakan bertentangan dengan pandangan dan juga gagasan hukum tidak sesuai dengan sejarah hukum. CSR juga mengatur sendiri perusahaan yang akan memperkenalkan kolonialitas, jadi perlakuan ini dapat dibatasi pada kepatuhan hukum. Kesimpulannya telah ditentukan bahwa CSR berbeda dari kepatuhan hukum. Jika alasan tanggung jawab sosial perusahaan hanya sebatas kepatuhan hukum, semuanya dapat diartikan sebagai upaya untuk melemahkan hukum yang ada untuk kepentingan perusahaan, kecuali untuk penggunaan penuh dari hukum yang ada. Selain itu implikasi penggunaan yurisprudensi skolastik dari Sekolah Salamanca - khususnya Francisco de Vitoria dan Francisco Su´arez - menghadirkan prospek kosmovisi negara Pribumi yang menggantikan hukum *Occidental* di Amerika.

2.3.3.23. CSR dalam Kompetisi dan Nilai Perusahaan

Meningkatnya kesadaran tentang isu-isu lingkungan, sosial, dan tata kelola semakin menekan perusahaan untuk mengungkapkan komitmen mereka terhadap kesejahteraan sosial yang luas. Sebuah survei tahun 2013 yang dilakukan oleh CEO UN Global Compact-Accenture, yang mencakup 1000 CEO global dari 27 industri dan 103 negara, melaporkan bahwa 93% CEO melihat keberlanjutan sebagai faktor penting dalam mempengaruhi kesuksesan bisnis mereka di masa depan. Meningkatnya dorongan untuk melakukan kegiatan CSR telah menyebabkan banyak literatur yang

memperdebatkan apakah melakukan kegiatan CSR dapat menguntungkan perusahaan secara ekonomi dan finansial. Untaian literatur yang terpisah juga menyoroti hubungan antara persaingan pasar produk, kinerja keuangan, dan pengambilan keputusan perusahaan

Pandangan alternatif dalam literatur ini menunjukkan bahwa perusahaan di industri non-kompetitif akan mendapatkan keuntungan lebih dari tanggung jawab sosial aktivitas daripada perusahaan dalam industri yang kompetitif. sebuah perusahaan tunduk pada tekanan politik swasta dan publik dari para aktivis dan regulator pemerintah. Sebuah perusahaan dapat menggunakan keterlibatan CSR untuk mencegah aktivitas politik yang membebankan biaya langsung dan tidak langsung pada perusahaan. Biaya langsung termasuk kehilangan penjualan, kehilangan nilai karena kehilangan reputasi, biaya kepatuhan terkait dengan tingkat regulasi yang lebih tinggi. Peneliti berpendapat bahwa perusahaan di industri terkonsentrasi (nonkompetitif) dikenakan biaya politik yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan yang terkonsentrasi akan memperoleh keuntungan lebih dari kegiatan CSR. Dengan secara sukarela melakukan aktivitas yang lebih bertanggung jawab secara sosial, mereka akan mengalami peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan ini muncul dari menggagalkan tindakan aktivis yang mungkin menargetkan perusahaan. Dengan mengambil tindakan pencegahan dengan melembagakan lebih bertanggung jawab secara sosial praktik, perusahaan mungkin menjadi target yang kurang menarik bagi para aktivis

Sehingga penelitian ini menguji secara empiris bagaimana persaingan pasar produk dan praktik CSR perusahaan mempengaruhi penilaian perusahaan. Untuk menyelidiki hubungan antara persaingan pasar produk, CSR, dan penilaian perusahaan, penelitian ini menggunakan regresi *unbalanced* panel yang terdiri dari 22.527 pengamatan perusahaan-tahun dari 62 negara yang mencakup tahun 2004 hingga 2012. Selanjutnya, menggunakan Tobin's Q sebagai ukuran penilaian perusahaan dan membangun CSR tingkat perusahaan diukur dengan menggunakan 153 indikator individual yang mencakup empat pilar besar, yaitu aspek tata kelola perusahaan, ekonomi, lingkungan, dan sosial. Peneliti mengambil indikator tingkat perusahaan

individu ini dari database Asset4 dan menyertakan sejumlah variabel kontrol dari database Worldscope. Peneliti menemukan bahwa efek positif CSR dalam penciptaan nilai menonjol di industri non-kompetitif. Dalam industri yang kompetitif, ditemukan hubungan yang tidak signifikan secara statistik antara CSR dan penciptaan nilai. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat melakukan CSR tidak serupa di seluruh perusahaan dan persaingan pasar produk merupakan faktor penentu yang penting. Hasil menunjukkan hubungan positif yang kuat antara profitabilitas perusahaan, produktivitas, produktivitas faktor total, efisiensi, dan CSR di industri non-kompetitif.

Peneliti menggunakan pemisahan tingkat negara yang berbeda dan memastikan bahwa hasilnya tidak terbatas pada beberapa negara tetapi berlaku di sejumlah negara. Selain itu, ditemukan bahwa praktik CSR sukarela berkontribusi positif terhadap penciptaan nilai tetapi hubungan ini dominan di industri non-kompetitif. Selain analisis utama, penelitian ini melakukan pemeriksaan ketahanan untuk mengatasi sejumlah masalah. Pertama, memeriksa apakah indeks CSR adalah proksi yang buruk dari kebaikan perusahaan. Mengganti indeks CSR dengan Aset yang disediakan indeks CSR standar tidak mengubah temuan utama. Peneliti juga memeriksa apakah sampel tidak representatif, yaitu sampel yang dipilih secara tidak acak. Mungkin saja perusahaan yang dicakup oleh Aset memiliki karakteristik yang serupa, misalnya, perusahaan besar dan terkenal dibandingkan dengan perusahaan lain yang tidak dicakup oleh Aset. Peneliti mengikuti prosedur dua langkah dan menemukan bahwa bias seleksi mandiri tidak mungkin mempengaruhi temuan utama. Akhirnya, peneliti mengecualikan perusahaan dari industri dosa dan menemukan hasil yang serupa secara kualitatif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa mendorong perusahaan untuk terlibat dalam kegiatan CSR, terutama di industri non-kompetitif, dapat memiliki pengaruh positif pada penilaian perusahaan, produktivitas, dan efisiensi. Baru-baru ini, ada peningkatan penekanan untuk menegakkan akuntabilitas perusahaan terhadap masalah sosial, lingkungan, dan tata kelola. Misalnya, Parlemen Eropa dan Dewan Eropa

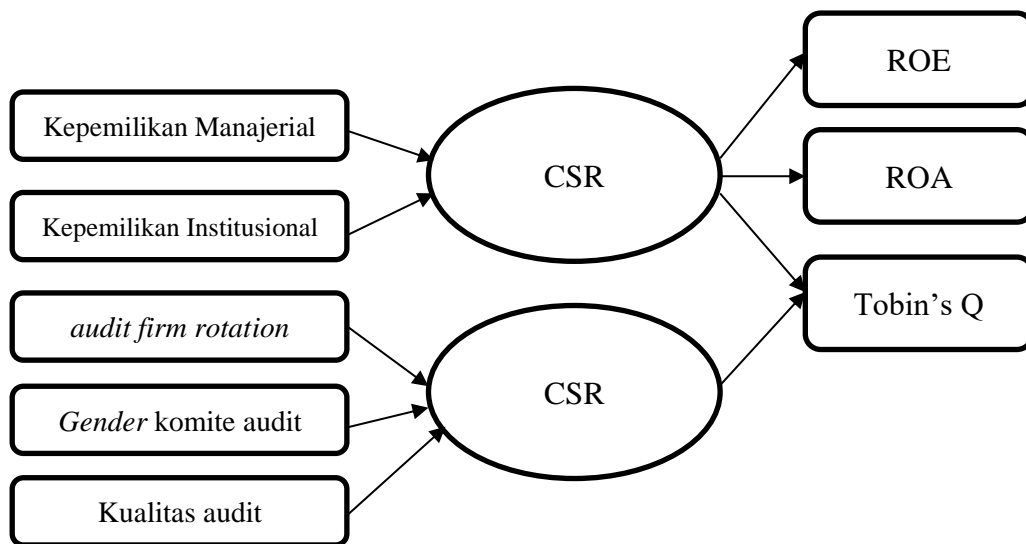
menyelesaikan kesepakatan pada tahun 2014 yang akan mengamanatkan perusahaan publik besar dengan setidaknya 500 karyawan untuk mengungkapkan dampak lingkungan, keragaman, dan sosial mereka. Hasil ini akan membantu regulator dan pembuat kebijakan mempertimbangkan daya saing industri sebagai faktor tambahan saat mengambil keputusan penting.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan positif yang kuat antara persaingan pasar produk dan CSR. Ada sedikit penelitian tentang apakah CSR adalah efek peningkatan nilai dengan adanya persaingan pasar produk. Oleh karena itu, peneliti memeriksa masalah ini menggunakan sampel komprehensif dari 22.527 pengamatan perusahaan-tahun dari 62 negara. Hasilnya konsisten dengan literatur sebelumnya bahwa CSR memiliki efek positif pada penilaian perusahaan. Namun, ketika kita mengkondisikan hasil pada persaingan pasar produk, efek positif CSR pada penilaian perusahaan hanya ditemukan di industri non-kompetitif. Dalam lingkungan yang kompetitif tidak ada hubungan antara keterlibatan CSR dan nilai perusahaan. Hubungan positif antara CSR dan penilaian perusahaan dalam industri non-kompetitif menunjukkan bahwa perusahaan melakukan kegiatan kesejahteraan sosial yang luas untuk mengurangi biaya politik. Hal ini juga sejalan dengan peningkatan visibilitas publik, citra, dan reputasi yang diperlukan untuk mempertahankan dominasi, dan regulasi yang menguntungkan. Peningkatan 'modal moral' positif menguntungkan kinerja keuangan perusahaan dan ditemukan bahwa CSR memiliki efek positif pada pengembalian ekuitas, margin keuntungan, produktivitas faktor total dan produktivitas tenaga kerja di industri non-kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan profitabilitas, produktivitas, dan efisiensi perusahaan. Endogenitas secara intrinsik tertanam dalam hubungan CSR-kompetisi dan menyelidiki apakah hasilnya spesifik untuk negara atau dapat digeneralisasikan. Peneliti menemukan bahwa hasil serupa di seluruh kelompok negara yang diklasifikasikan berdasarkan asal hukum atau jumlah pengamatan tahun perusahaan per negara. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik CSR sukarela berkontribusi positif terhadap penciptaan nilai di industri non-kompetitif. Kontribusi penelitian ini memiliki

implikasi penting bagi pembuat kebijakan pemerintah, regulator, dan manajer perusahaan serta menunjukkan bahwa persaingan pasar produk merupakan faktor penentu yang penting.

2.4. Kerangka Teoritis

CSR merupakan suatu filosofi dimana bisnis secara sukarela menggabungkan sosial dan lingkungan, serta memungkinkan bisnis untuk membangun citra perusahaan yang positif baik eksternal maupun internal untuk memaksimalkan keuntungan dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka (Nguyen et al., 2021). CSR adalah komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis serta beroperasi secara legal dan memberikan kontribusi bagi peningkatan ekonomi, meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal masyarakat luas pada umumnya (Rokhlinasari, 2015).



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Penelitian yang dilakukan oleh Rosdwianti et al (2016) menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap Return on Equity (ROE) dan Return on Asset (ROA) karena apabila perusahaan melakukan CSR di laporan tahunan maka profitabilitas

perusahaan akan meningkat. Sebaliknya hasil penelitian Aliah Pratiwi et al (2020) CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE. Selain itu, Tobin's Q juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Putranto & Kewal (2017) menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang di ukur menggunakan Tobin's Q.

Permasalahan CSR yang sering terjadi di Indonesia adalah banyak perusahaan yang enggan melakukan praktik CSR, hal ini dikarenakan CSR dianggap membuang-buang biaya dan merugikan perusahaan dan banyak perusahaan yang melakukan kegiatan CSR seadanya hanya untuk memenuhi kewajiban perusahaan agar terhindar dari sanksi (Barokah, 2020). Terkadang, stakeholder belum merasakan manfaat dari program CSR ini walaupun perusahaan sudah mengklaim bahwa mereka sudah melaksanakan program CSR ini, contohnya program CSR yang dilakukan PT. Freeport Indonesia yang menyediakan layanan medis bagi masyarakat Papua melalui penyediaan klinik dan rumah sakit modern di Banti dan Timika, namun sampai saat ini PT. Freeport Indonesia tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal baik berkaitan dengan tanah, pelanggaran adat maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi (Prasetya, 2018). Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh dalam hubungan moderasi CSR terhadap kinerja perusahaan di Indonesia karena apabila kepemilikan manajerialnya rendah maka tingkat pengungkapan csrnya akan tinggi dan apabila kepemilikan institusionalnya tinggi maka akan adanya peningkatan dalam pengungkapan CSR (Dewi & Widagdo, 2013; Hidayah, 2018; Rivandi, 2020).

BAB III. METODOLOGI

3.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan. Dalam penelitian ini data bersumber dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), website resmi perusahaan serta database datastream selama 10 tahun pengamatan yaitu periode 2011 sampai dengan 2020.

3.2. Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode tahun 2011 sampai 2020. Total populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 44 perusahaan perbankan. Selanjutnya, pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan kriteria: (1) Perusahaan perbankan di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut-turut dari tahun 2011 sampai 2020; (2) Perusahaan perbankan di Indonesia yang mengeluarkan laporan keuangan tahunan yang lengkap dalam jangka waktu tahun 2011-2020; (3) Perusahaan perbankan di Indonesia yang memiliki periode laporan keuangan tahunan yang berakhir 31 desember dengan menggunakan mata uang rupiah; (4) Perusahaan perbankan memiliki data lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.3. Pengukuran dan Definisi operasional

CSR merupakan perilaku kritis perusahaan dan tanggung jawab atas konsekuensi kinerja perusahaan, dimana keterlibatan pemangku kepentingan dalam implementasi CSR adalah CSR digunakan guna meningkatkan kinerja perusahaan (Nguyen et al., 2021). Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu kinerja perusahaan yang diproksikan dengan ROE, ROA, dan Tobin's Q, variabel independen

yaitu CSR, variabel moderasinya menggunakan GCG yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional. Proksi ini digunakan untuk menelaraskan kepentingan antara manajer dan pemegang saham untuk meminimalisir terjadinya oportunistik dan juga kepemilikan manajerial ikut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan bersama manajer sehingga diharapkan agar manajer berhati-hati dalam tindakan ataupun mengambil suatu keputusan dan memotivasinya untuk meningkatkan nilai perusahaan (Akmalia et al., 2013; Hidayah, 2018; Rivandi, 2020).

Tabel 2. Pengukuran Variabel

Variabel	Pengukuran	Penelitian Terdahulu
<i>ROE</i>	$\frac{\text{Earning after tax (EAT)}}{\text{Shareholders' equity}}$	(Tjun, 2020; Wetik, 2013; Widagdo, 2013)
<i>ROA</i>	$\frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total asset}}$	(Luthan et al., 2018; Sari et al., 2017; Sudiyatno, 2013; Wetik, 2013)
<i>Tobin's Q</i>	$\frac{\text{MVE} + \text{debt}}{\text{Total asset}}$	(Akmalia et al., 2013; Kewal, 2017; Luthan et al., 2018; Rivandi, 2020)
<i>CSR</i>	$\sum \frac{x_{ij}}{n_j}$	(Akmalia et al., 2013; Karina & Setiadi, 2020; Oktapriana, 2019; Sari et al., 2017;

		Tjun, 2020; Wetik, 2013)
<i>Audit Firm Rotation</i>	Variabel dummy yaitu nilai 1 jika terjadi rotasi auditor, nilai 0 jika tidak terjadi rotasi auditor	(Nizar, 2017; Rohman, 2014)
Gender Komite Audit	Total keberadaan gender wanita komite audit	(Abbasi et al., 2020; Salem et al., 2021)
Kualitas Audit	Variabel dummy yaitu nilai 1 jika menggunakan KAP Big-4 dan nilai 0 jika menggunakan KAP Non Big-4	(Mgbame et al., 2012; Thi et al., 2021)
Kepemilikan Manajerial	$\frac{\text{Jumlah kepemilikan saham manajerial}}{\text{Jumlah saham beredar}}$	(Hidayah, 2018; Novitasari et al., 2017; Rivandi, 2020)
Kepemilikan Institusional	$\frac{\text{Jumlah kepemilikan saham institusional}}{\text{Jumlah saham beredar}}$	(Rivandi, 2020; Widagdo, 2013; Yendrawati & Pratidina, 2013)

3.4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat variabel moderating, oleh karena itu digunakan persamaan dengan variable moderating yaitu *moderated regression analysis* (MRA) dengan pendekatan interaksi. Pendekatan ini efektif karena dapat mengetahui peran variabel moderasi dengan cara melakukan interaksi melalui perkalian antara variabel

moderasi dengan variabel independennya. Selain itu, hasil dari metode MRA dapat mengetahui arah hubungan variabel moderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Maka, persamaan yang digunakan masing-masing sebagai berikut:

$$\text{TobinsQ} = b_0 + b_1\text{AFR} + b_2\text{CSR} + b_3\text{AFR} * \text{CSR} + e$$

$$\text{TobinsQ} = b_0 + b_1\text{FKA} + b_2\text{CSR} + b_3\text{FKA} * \text{CSR} + e$$

$$\text{TobinsQ} = b_0 + b_1\text{KA} + b_2\text{CSR} + b_3\text{KA} * \text{CSR} + e$$

$$\text{ROE} = b_0 + b_1\text{CSR} + e$$

$$\text{ROA} = b_0 + b_1\text{CSR} + e$$

$$\text{TobinsQ} = b_0 + b_1\text{CSR} + e$$

$$\text{ROE} = b_0 + b_1\text{CSR} + b_2\text{KM} + b_3\text{CSR} * \text{KM} + e$$

$$\text{ROA} = b_0 + b_1\text{CSR} + b_2\text{KM} + b_3\text{CSR} * \text{KM} + e$$

$$\text{TobinsQ} = b_0 + b_1\text{CSR} + b_2\text{KM} + b_3\text{CSR} * \text{KM} + e$$

$$\text{ROE} = b_0 + b_1\text{CSR} + b_2\text{KI} + b_3\text{CSR} * \text{KI} + e$$

$$\text{ROA} = b_0 + b_1\text{CSR} + b_2\text{KI} + b_3\text{CSR} * \text{KI} + e$$

$$\text{TobinsQ} = b_0 + b_1\text{CSR} + b_2\text{KI} + b_3\text{CSR} * \text{KI} + e$$

Keterangan:

ROE : Return on Equity

ROA : Return on Assets

TobinsQ : Tobin's Q

CSR : *Corporate Social Responsibility*

KM : Kepemilikan Manajerial

KI : Kepemilikan Institusional

CSR*KM : Interaksi antara CSR dan Kepemilikan Manajerial

CSR*KI : Interaksi antara CSR dan Kepemilikan Institusional

AFR : *Audit Firm Rotation*

FKA : *Gender Komite Audit*

KA : Kualitas Audit

AFR*CSR = Interaksi *Audit Firm Rotation* dengan *CSR*

FKA*CSR = Interaksi *Gender* Komite Audit dengan CSR

KA*CSR = Interaksi Kualitas Audit dengan CSR

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Temuan

4.1.2. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor perbankan Indonesia yang terdaftar di BEI dalam periode tahun 2011-2020. Terdapat sebanyak 44 perusahaan perbankan dengan 90 total observasi yang memenuhi kriteria penelitian. Tabel 3 menampilkan statistik deskriptif penelitian ini.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	ROA	ROE	TOBIN'S Q	KM	KI	CSR	AFR	FKA	KA
Mean	0.021475	0.174195	16.17067	0.708022	0.992850	0.520635	0	0.1122	1.79
Maximum	0.036562	0.281474	1066.456	0.720816	1.213622	0.879121	2	0.5	2
Minimum	0.000000	0.000000	0.016124	0.707107	0.707107	0.142857	1	0	1
Std. Dev.	0.007322	0.058046	113.6736	0.002425	0.208128	0.171152	0.370	0.16493	0.410
Observations	90	90	90	90	90	90	90	90	90

Berdasarkan tabel 3, ROA memiliki nilai maksimum sebesar 0.036562 dan nilai minimum sebesar 0.000000 dengan nilai rata-rata sebesar 0.021475 dan nilai standar deviasi sebesar 0.007322. ROE memiliki nilai maksimum sebesar 0.281474 dan nilai minimum sebesar 0.000000 dengan nilai rata-rata sebesar 0.174195 dan nilai standar deviasi sebesar 0.058046. TobinQ memiliki nilai maksimum sebesar 1066.456 dan nilai minimum sebesar 0.016124 dengan nilai rata-rata sebesar 16.17067 dan nilai standar deviasi sebesar 113.6736. Kepemilikan Manajerial memiliki nilai maksimum sebesar 0.720816 dan nilai minimum sebesar 0.707107 dengan nilai rata-rata sebesar 0.708022 dan nilai standar deviasi sebesar 0.002425. Kepemilikan Institusional memiliki nilai maksimum sebesar 1.213622 dan nilai minimum sebesar 0.707107 dengan nilai rata-rata sebesar 0.992850 dan nilai standar deviasi sebesar 0.208128. CSR memiliki nilai maksimum sebesar 0.879121 dan nilai minimum sebesar 0.142857 dengan nilai rata-rata sebesar 0.520635 dan nilai standar deviasi sebesar 0.171152. Rotasi auditor dan kualitas audit yang diukur dengan variabel dummy memiliki nilai

maksimum 2 dan nilai minimum 1. Gender komite audit memiliki nilai maksimum 0.5 dan minimum 0, dengan rata-rata 0.16493.

4.1.3. Statistik Inferensial

Penelitian ini menggunakan model persamaan regresi data panel. Data panel memiliki tiga jenis yaitu Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM). Terdapat beberapa tes untuk menentukan model yang tepat dalam memilih diantara tiga jenis model tersebut pertama chow test yang digunakan untuk memilih diantara CEM atau FEM, kedua Hausman test uji yang digunakan untuk memilih antara FEM atau REM dan ketiga Lagrange Multiplier (LM) digunakan untuk memilih antara CEM atau REM.

Analisis regresi data panel baik dengan variabel moderasi maupun tanpa variabel moderasi untuk menguji hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 9 memerlukan uji asumsi klasik yang terdiri dari normalitas, heterokedastisitas dan autokorelasi. Selanjutnya, uji multikolinieritas digunakan untuk menguji hipotesis 4 sampai dengan hipotesis 9, dikarenakan keenam hipotesis tersebut memiliki lebih dari satu variable bebas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua data berdistribusi normal serta tidak ditemukan gejala pada uji multikolinieritas sehingga tidak terdapat adanya korelasi antara variabel dependen dan variabel independen. Pada uji heterokedastisitas tidak terdapat gangguan yang muncul di fungsi regresi. Akan tetapi, ditemukan gejala uji autokorelasi yang timbul karena adanya korelasi diantara obeservasi data observasi sebelumnya. Hal ini telah diselesaikan dengan menggunakan metode diferensiasi sehingga gejala autokorelasi dapat diatasi.

Model yang terpilih di hipotesis 1 mengenai pengaruh CSR terhadap ROE yaitu REM setelah dilakukannya Chow test dan Hausman test. Pada hipotesis 2, pengaruh CSR terhadap ROA model yang dipilih juga REM setelah melalui uji Chow dan Hausman. Pada hipotesis 3 model yang terpilih tentang pengaruh CSR terhadap Tobin's Q adalah CEM setelah dilakukan dengan tiga uji yaitu Chow test, Hausman test dan Lagrange multiplier test.

Regresi dengan variabel moderasi terdapat pada hipotesis 4 sampai dengan hipotesis 9. Hipotesis 4 dan hipotesis 7 bertujuan melihat pengaruh KM dan KI dalam memoderasi hubungan CSR terhadap ROE, pada persamaan ini model yang terpilih adalah FEM setelah dilakukan uji Chow dan Hausman. Selanjutnya, hipotesis 5 dan hipotesis 8 adalah untuk melihat peran KM dan KI dalam memoderasi hubungan CSR terhadap ROA, model yang terpilih adalah REM setelah uji Chow dan Hausman. Di hipotesis 6 dan 9 terpilih model CEM setelah melakukan Chow test, Hausman test, dan Lagrange Multiplier test. Hipotesis 6 dan 9 bertujuan untuk mengetahui peran variabel moderasi yaitu KM dan KI dalam memoderasi hubungan CSR terhadap Tobin's Q.

Tabel 4. Pengaruh CSR terhadap ROE

Variabel Dependen: ROE								
Variabel Independen	Model tanpa moderasi				Model dengan moderasi			
	Sign	Koef	P-value	Sig	Sign	Koef	P-value	Sig
CSR	+	0,030625	0,3085	-	-	-0,416337	0,8727	
CSR*KM		-	-		+	0,795469	0,8288	
CSR*KI		-	-		-	-0,133469	0,0884	*

***Signifikan pada 1%; **Signifikan pada 5%; *Signifikan pada 10%

Tabel 4 menunjukkan hasil uji hipotesis untuk hipotesis 1, hipotesis 4 dan hipotesis 7. Hipotesis 1 menguji pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan yang diprosikan dengan ROE. Hasil dari uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa nilai p-value lebih besar dari signifikansi alpha 0.1, 0.05 dan 0.01, sehingga hipotesis 1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Selanjutnya, model dengan variabel moderasi digunakan untuk menguji hipotesis 4 dan hipotesis 7. Hipotesis 4 untuk menguji peran KM dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap ROE, sedangkan hipotesis 7 untuk menguji peran KI dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap ROE. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa hanya KI yang mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap ROE, sedangkan KM tidak mampu memoderasi

pengaruh CSR terhadap ROE. Hal ini ditunjukkan dengan nilai p-value interaksi antara CSR dan KI sebesar 0.0884 yang lebih kecil dari signifikansi 10% (0.1). Peran KI dalam memoderasi hubungan CSR terhadap ROE adalah memperlemah yang dibuktikan dengan nilai koefisien -0.133.

Tabel 5. Pengaruh CSR terhadap ROA

Variabel Dependen: ROA									
Variabel Independen	Model tanpa moderasi			Model dengan moderasi					
	Sign	Koef	P-value	Sig	Sign	Koef	P-value	Sig	
CSR	+	0,006903	0,0866	*	+	1,104506	0,035	**	
CSR*KM		-	-		-	-1,584913	0,0325	**	
CSR*KI		-	-		+	0,020115	0,0275	**	

***Signifikan pada 1%; **Signifikan pada 5%; *Signifikan pada 10%

Tabel 5 menampilkan hasil uji hipotesis 2, hipotesis 5 dan hipotesis 8. Hipotesis 2 menguji pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan dengan proksi ROA. Hipotesis 2 menunjukkan hasil bahwa p-value lebih kecil dari signifikan alpha 0.1 jadi hipotesis 2 diterima dengan tingkat signifikansi 10%. Hal ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hubungan CSR terhadap ROA adalah berbanding lurus, artinya jika CSR tinggi maka kinerja perusahaan akan naik dan juga sebaliknya. Model dengan variabel moderasi digunakan untuk menguji hipotesis 5 dan hipotesis 8. Hipotesis 5 bertujuan menguji peran KM dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap ROA, sedangkan hipotesis 8 menguji peran KI dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap ROA. Hasilnya menunjukkan bahwa KM dan KI mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap ROA yang ditunjukkan dari p-value interaksi antara CSR dan KM sebesar 0.0325 yang lebih kecil dari 0.05 dan interaksi antara CSR dan KI dengan nilai p-value 0.0275 lebih kecil dari 0.05. Lebih lanjut, KM memperlemah hubungan CSR terhadap ROA yang ditunjukkan dengan nilai koefisien

-1.584 dan KI memperkuat hubungan CSR terhadap ROA dengan nilai koefisien positif sebesar 0.020.

Tabel 6. Pengaruh CSR terhadap TOBIN'S Q

Variabel Dependen: TOBIN'S Q								
Variabel Independen	Model tanpa moderasi				Model dengan moderasi			
	Sign	Koef	P-value	Sig	Sign	Koef	P-value	Sig
CSR	+	30,34984	0,0000	***	+	2969,2600	0,0132	**
CSR*KM	-	-	-	-	-	-4043,4640	0,0130	**
CSR*KI	-	-	-	-	-	-68,8458	0,1143	

***Signifikan pada 1%; **Signifikan pada 5%; *Signifikan pada 10%

Tabel 6 adalah hasil uji hipotesis dari hipotesis 3, hipotesis 6 dan hipotesis 9. Hipotesis 3 menguji pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan dengan proksi Tobin's Q. Hasil dari hipotesis 3 menunjukkan bahwa p-value lebih kecil dari alpha 0.01 artinya CSR berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q dengan tingkat signifikansi 1% atau tingkat keyakinan 99 persen. Pengaruh CSR terhadap Tobin's Q adalah berbanding lurus, jika CSR meningkat maka Tobin's Q juga akan naik, sebaliknya jika CSR menurun maka Tobin's Q akan turun. Model dengan variabel moderasi digunakan untuk menguji hipotesis 6 dan hipotesis 9. Pada hipotesis 6 menguji peran KM dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap Tobin's Q untuk hipotesis 9 menguji peran KI dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap Tobin's Q. Hasil uji hipotesis ini menunjukkan hasil bahwa KI tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap Tobin's Q, sedangkan KM mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap Tobin's Q. Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa interaksi antara CSR dan KM menghasilkan nilai p-value sebesar 0.0130 lebih kecil dari 0.05. Lebih lanjut, nilai koefisien interaksi CSR dan KM adalah -4043.46, tanda negatif mengartikan bahwa KM memperlemah pengaruh CSR terhadap Tobin's Q

Selanjutnya, tabel 6 menyajikan hasil uji pengaruh audit firm rotation, gender komite audit dan kualitas audit terhadap kinerja perusahaan. Hasil uji t menunjukkan bahwa *audit firm rotation* dan kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, sehingga hipotesis 1 ditolak. Sedangkan, gender komite audit berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, maka hipotesis 2 diterima. Hubungan gender komite audit terhadap kinerja perusahaan adalah positif, yang artinya semakin besar komposisi gender wanita di dalam komite audit, kinerja perusahaan yang dihasilkan akan semakin baik, demikian pula sebaliknya. Hasil ini ditunjukkan pada tabel 7, nilai signifikansi *audit firm rotation* sebesar 0,243 lebih besar dari alpha 10% yaitu 0,1 dimana menunjukkan bahwa *audit firm rotation* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Nilai signifikansi *gender* komite audit sebesar 0,074 lebih kecil dari alpha 10% yaitu 0,1 dimana menunjukkan bahwa *Gender* komite audit berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Nilai signifikansi kualitas audit sebesar 0,685 lebih besar dari alpha 10% yaitu 0,1 dimana menunjukkan bahwa kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda

	Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,988	1,026		,963	,337
	Audit Firm Rotation	-,619	,528	-,096	-1,172	,243
	Gender Komite Audit	,374	,208	,142	1,799	,074
	Kualitas Audit	,194	,476	,033	,407	,685

Tabel 8 menunjukkan hasil uji hipotesis 4 yaitu peran CSR dalam memoderasi pengaruh *audit firm rotation* terhadap kinerja perusahaan. Hasilnya menunjukkan

bahwa *audit firm rotation* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dimana nilai signifikansi *audit firm rotation* sebesar 0,105 lebih kecil atau dianggap sama dengan alpha 10% yaitu 0,1. Sedangkan, CSR dan kemampuan moderasi (interaksi CSR dan *audit firm rotation*) tidak berpengaruh signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh *audit firm rotation* terhadap kinerja perusahaan.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis CSR Memoderasi Pengaruh *Audit Firm Rotation* terhadap Kinerja Perusahaan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,587	,241		6,571	,000
audit firm rotation	-1,141	,700	-,427	-1,630	,105
CSR	-,652	,477	-,114	-1,368	,173
AFR*CSR	1,850	1,446	,336	1,279	,203

Tabel 9 menunjukkan hasil uji hipotesis 5 yaitu peran CSR dalam memoderasi pengaruh *gender* komite audit terhadap kinerja perusahaan. Hasil tabel 9 menunjukkan bahwa *gender* komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dimana nilai signifikansi *gender* komite audit sebesar 0,544 lebih besar dari alpha 10% yaitu 0,1. Sedangkan, CSR dan kemampuan moderasi (interaksi CSR dan *gender* komite audit) tidak berpengaruh signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh *gender* komite audit terhadap kinerja perusahaan

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis CSR Memoderasi Pengaruh Gender Komite Audit Terhadap Kinerja Perusahaan

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,883	1,192			,741	,460
Gender Audit Committee	,416	,685	,158		,607	,544
CSR	-,390	,613	-,068		-,637	,525
FKA*CSR	-,102	1,109	-,026		-,092	,926

Tabel 10. Uji Hipotesis CSR Memoderasi Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Kinerja Perusahaan

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,993	,672			1,478	,142
kualitas audit	,504	,714	,209		,706	,482
CSR	,265	1,314	,047		,202	,840
KA*CSR	-,771	1,401	-,195		-,550	,583

Tabel 10 menunjukkan hasil uji hipotesis 6 yaitu peran CSR dalam memoderasi pengaruh kualitas audit terhadap kinerja perusahaan. Hasil tabel 5 menunjukkan bahwa kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dimana nilai signifikansi kualitas audit sebesar 0,482 lebih besar dari alpha 10% yaitu 0,1. Sedangkan, CSR dan kemampuan moderasi (interaksi CSR dan kualitas audit) tidak

berpengaruh signifikan ($p < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh kualitas audit terhadap kinerja perusahaan.

4.2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap dua proksi kinerja perusahaan yaitu ROA dan Tobin's Q. Hasil ini menunjukkan bahwa ROA dan Tobin's Q dapat mengukur perolehan nilai laba perusahaan serta menyajikan prospek pertumbuhan perusahaan yang baik di masa depan (Luthan et al., 2018; Putranto & Kewal, 2017; Wetik, 2013). Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Hal ini disebabkan karena CSR tidak memiliki pengaruh dalam peningkatan kinerja perusahaan karena para pemegang saham (shareholder) memiliki keinginan untuk memperoleh laba sebanyak mungkin untuk kepentingan mereka sendiri, sedangkan adanya pengungkapan CSR dapat menambah biaya yang dikeluarkan (Ferdiansyah, 2017). Karena itu, untuk CSR pun ditekan agar menghasilkan biaya minimal. Pada akhirnya pengungkapan CSR yang dihasilkan tidak maksimal sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE.

Pada variabel moderasi kepemilikan manajerial perannya memperlemah pengaruh CSR terhadap ROA dan Tobin's Q. Dengan adanya pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh manajemen perusahaan maka akan membantu para investor dalam mengambil suatu keputusan dan mendukung keberlanjutan dari kinerja perusahaan (Akmalia et al., 2013; Tjun, 2020). Kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap ROE. Hal ini dikarenakan kepemilikan manajerial dalam perusahaan cenderung rendah sehingga tidak mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk mengelola manajemen perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan lebih baik (Hidayah, 2018).

Selanjutnya, kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap ROE dan ROA. Peran kepemilikan institusional memperlemah pengaruh CSR terhadap ROE dan memperkuat pengaruh CSR terhadap ROA. Artinya kepemilikan institusional akan menurunkan pengaruh CSR terhadap ROE. Kepemilikan

institusional termasuk di dalam total ekuitas pemegang saham dalam pengukuran ROE. Lebih lanjut, ROE digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kepemilikan saham yang dimiliki, termasuk di dalamnya kepemilikan saham oleh pihak institusional. Pada umumnya perusahaan memiliki rasio kepemilikan institusional yang relatif besar pada total kepemilikan pemegang saham, sehingga kepemilikan institusional umumnya memiliki kemampuan pengendali yang major. Karena itu, semakin besar kepemilikan institusional memperlemah hubungan CSR terhadap ROE.

Di sisi lain kepemilikan institusional memperkuat pengaruh CSR terhadap ROA. Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi kepemilikan institusional, hubungan CSR terhadap ROA akan semakin kuat. Nilai ROA mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Apabila kepemilikan institusional tinggi maka pengungkapan CSR juga akan meningkat dan suatu perusahaan yang memiliki nilai tinggi akan mengalami banyak tekanan dari luar untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial dan bisa menjadi alat ukur perusahaan dalam memperoleh laba (Rivandi, 2020; Tjun, 2020; Widagdo, 2013). Sedangkan kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap Tobin's Q. Kepemilikan institusional bisa berdampak dalam penurunan harga saham di pasar modal dan jika profit perusahaan rendah menunjukkan bahwa kendali pihak institusional dalam memonitori kinerja perusahaan masih lemah (Dewi & Widagdo, 2013; Rivandi, 2020).

Semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak berpengaruh secara signifikan pada kinerja perusahaan. Rendahnya kualitas pengungkapan CSR menjadi pertimbangan investor karena laporan keuangan hanya memuat hal positif tentang perusahaan (Prasetyo dan Meiranto, 2017; Ferdiansyah dan Purbasari, 2021). CSR utamanya menunjukkan citra positif perusahaan, sehingga perusahaan dengan pengungkapan CSR yang lebih baik akan lebih disukai oleh stakeholder karena dianggap transparan dan memiliki image yang baik. Selain itu, performa CSR yang baik akan menghindari perusahaan dari risiko politik yang

menyebabkan munculnya kebijakan yang lemah serta tidak efisien (Gu, L., Yang, G., & Zuo, R., 2021). Karena itu, investasi dalam bentuk CSR akan mampu mendukung ketahanan finansial perusahaan pada jangka panjang.

BAB V. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Sebelumnya, ada tiga alternatif yang muncul untuk sebagai bentuk CSR yang disarankan pada awal tahun 2000 yaitu, (1) konsepsi ekonomi tanggung jawab; (2) kewarganegaraan dari korporat global; dan (3) praktik *stakeholder*. Selanjutnya, dua dasar tanggung jawab sosial harus tetap ada seperti, (1) perilaku manajer yang menjabat; dan (2) kerangka normatif untuk membahas bagaimana perilaku harus dibentuk (Windsor, 2001). Namun demikian, setelah dua dekade, Perhatian dunia teralihkan kepada pencemaran industri yang menyebabkan tingkat kepedulian yang tinggi bagi regulator pemerintah dan masyarakat umum di negara maju dan berkembang. Konsumen sekarang memberikan perhatian yang jauh lebih besar pada masalah sosial dan lingkungan dan meningkatkan tuntutan mereka agar perusahaan mengambil tindakan pencegahan yang relevan. Namun, tantangan sosial dan lingkungan telah menjadi begitu besar dan kompleks sehingga pemerintah, organisasi nirlaba, dan perusahaan perlu bekerja sama untuk mengatasi masalah lingkungan ini dengan lebih baik (Halkos & Nomikos, 2020).

Pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan yang diproksikan dengan ROE, ROA dan Tobin's Q dengan mengkaji peran variabel moderasi GCG yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional. Hasil penelitian membuktikan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA dan Tobin's Q, namun CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Pada variabel moderasi kepemilikan manajerial mampu memoderasi hubungan CSR terhadap ROA dan Tobin's Q, akan tetapi perannya adalah memperlemah, sedangkan untuk variabel moderasi kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap ROE dan ROA. Kepemilikan institusional memperlemah pengaruh CSR terhadap ROE dan memperkuat pengaruh CSR terhadap ROA.

Lebih lanjut, temuan ini menunjukkan bahwa *audit firm rotation* dan kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, namun *gender* komite audit berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. CSR merupakan kewajiban perusahaan dalam melakukan tanggung jawab social kepada masyarakat, akan tetapi CSR tidak mampu memoderasi pengaruh *audit firm rotation*, *gender* komite audit dan kualitas audit terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan perbankan dengan pengungkapan CSR lebih baik menghindari konotasi negative yang mungkin muncul, karena perusahaan telah menggelontorkan kewajiban sosialnya, akan tetapi, kenyataannya CSR tidak mampu menjadi pemoderasi. Hal ini disebabkan oleh banyaknya perusahaan tidak melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya serta tidak taat peraturan mengenai pengungkapan CSR. Dengan kata lain, pengungkapan CSR yang dilakukan perbankan di Indonesia hanya berupa kewajiban social yang semata dilakukan dengan tujuan memikat pihak berkepentingan dalam rangka menunjukkan konotasi baik akan citra perusahaan.

Hasil penulisan ini memberikan kontribusi kepada pihak manajerial dalam menentukan kebijakan pengungkapan CSR bagi perusahaan. Lebih lanjut, hasil penulisan ini menyajikan informasi kepada pembuat kebijakan dalam menerapkan peraturan terkait CSR yang tepat sasaran bagi perusahaan, khususnya bagi sektor perbankan. Penelitian ini merupakan penelitian pendahuluan dalam mengkaji peran GCG dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya, hasil penulisan ini memberikan pemahaman dan informasi mengenai pengaruh *audit firm rotation*, *gender* komite audit dan kualitas audit terhadap kinerja perusahaan, khususnya bagi sektor perbankan di *emerging countries*. Selain itu, penelitian ini memberikan implikasi terhadap regulator untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yaitu memasukkan variabel kontrol yang merupakan determinan dari kinerja perusahaan seperti ukuran perusahaan dan rasio keuangan ke dalam persamaan regresi. Selain itu, pemilihan variabel

moderasi yang lebih spesifik dan mendalam seperti keahlian manajer, motivasi dan kepuasan karyawan layak untuk dipertimbangkan.

5.1. Future Trends

Tahun 2020 adalah tahun yang sangat penting dalam CSR karena konsep tanggung jawab dan keberlanjutan perusahaan mendapat perhatian media yang signifikan, dan tren yang diidentifikasi pada periode-periode terdahulu menampilkan lebih banyak pembelajaran, pencegahan bencana, kesetaraan yang lebih besar, dan semakin pentingnya Generasi Z, tetap tepat waktu dan relevan. Namun, tahun berikutnya menjanjikan untuk membawa lebih banyak tantangan dan peluang bagi peneliti, dan para pembuat kebijakan harus memperhatikan tren global yang berkembang dalam CSR seperti: Transparansi dan pengungkapan perusahaan yang lebih baik; Mencapai netralitas karbon. Sementara banyak perusahaan telah membuat langkah besar dalam mengurangi emisi karbon dan limbah mereka, hanya mengurangi dampak lingkungan dari operasi perusahaan tidak cukup, sekarang, para pemangku kepentingan menuntut agar perusahaan menghilangkan semuanya bersama-sama; Berdiri dengan karyawan. Semakin banyak karyawan yang menyuarakan tuntutan mereka agar para pemimpin perusahaan mereka terlibat dengan komunitas dan tujuan mereka dengan cara yang belum pernah terjadi beberapa tahun yang lalu; Mengejar tujuan bersama di atas *passion* pribadi. *Passion* tetap penting untuk kepemimpinan perusahaan dan organisasi privat, namun terdapat pengakuan yang berkembang bahwa *passion* terkadang cepat berlalu, tetapi tujuan dapat bertahan lama.

Selain CSR, kerangka pelaporan serupa lainnya seperti *environmental, social, & governance* (ESG) dan *task force on climate-related financial disclosure* (TCFD) layak dipertimbangkan. Kerangka kerja ini berfungsi sebagai sarana untuk mengungkapkan informasi terkait CSR kepada investor baik dalam laporan perusahaan sukarela maupun wajib sebelum keputusan investasi. Dengan cara ini, penilaian tahunan ini dapat membantu koordinasi antara perusahaan dan pemangku kepentingan dalam menetapkan faktor-faktor ESG utama yang memengaruhi kemampuan untuk

mendistribusikan nilai-nilai pemegang saham. TCFD mengembangkan proposal ekstensif tentang pengungkapan keuangan terkait iklim yang terutama terkait dengan tata kelola, strategi, dan manajemen risiko dan dirancang untuk membantu investor mengidentifikasi risiko material. Meskipun TCFD berfokus pada pengidentifikasian risiko iklim, terbukti bahwa penggunaan prinsip-prinsip ini dapat diterapkan pada semua tujuan ESG begitu pula dengan CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, K., Alam, A., & Bhuiyan, M. B. U. (2020). Audit Committees, Female Directors And The Types Of Female And Male Financial Experts: Further Evidence. *Journal Of Business Research*, 114(February), 186–197. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.013>
- Adebola, E. A. (2014). Corporate social responsibility as a marketing strategy for enhanced performance in the Nigerian banking industry : A granger causality approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164(August), 141–149. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.062>
- Akin, A., & Yilmaz, İ. (2016). Drivers of Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence from Turkish Banking Sector. *Procedia Economics and Finance*, 38(October 2015), 2–7. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30171-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30171-x)
- Akmalia, A., Dio, K., & Hesty Nurul. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia). *Unisia*, 35(78), 17–24. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol35.iss78.art2>
- Alamsyah, A. S. F. N. K. S. (2016). PENGARUH GCG DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI. *Jurnal Natur*, 12, 1–19.
- Ali, W., Frynas, J.G., & Mahmood, Z. (2017). Determinants of corporate social responsibility (CSR) disclosure indeveloped and developing countries: A literature review. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.*, 24, 273–294.
- Alshbili, I. & Elamer, A. A. (2019). The Influence of Institutional Context on Corporate Social Responsibility Disclosure: A Case of a Developing Country. *Journal of Sustainable Finance & investment* 10(3), 269-293. <https://doi.org/10.1080/20430795.2019.1677440>.

- Andrini, L. (2016). Mandatory Corporate Social Responsibility in Indonesia. *Mimbar Hukum*, 28(3), 512-525. Doi: 10.22146/jmh.16669/.
- Aryati, H. S. dan T. (2016). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan (pp. 15–30).
- Athanasopoulou, A. & Selsky, J.W. (2015). The social context of corporate social responsibility: Enriching research with multiple perspectives and multiple levels. *Bus. Soc.*, 54, 322–364.
- Ayu, I., Gangga, R., Luh, N., Novitasari, G., Luh, N., Sandrya, P., & Denpasar, U. M. (2019). Pengaruh gcg terhadap pengungkapan csr pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bej periode 2017-2019. 129–137. Aguinis & Glavas. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932–968.
- Barokah, L. I. (2020). CSR di Indonesia: Sudah Tepat atau Salah Kaprah? Serikatnews.Com.
- Bartlett, J., Tywoniak, S., & Hatcher, C. (2007). Public relations professional practice and the institutionalisation of CSR. *Journal of Communication Management*, 11(4), 281–299. doi:10.1108/13632540710843904.
- Belasri, S., Gomes, M. dan Pijourlet, G., 2020. Corporate Social Responsibility and Bank Efficiency. *Journal of Multinational Financial Management*, 54, 1-10.
- Belinda, D. C., Westerman, W. J., & Bergman, M. S. (2018). Recruiting with ethics in an online era: Integrating corporate social responsibility with social media to predict organizational attractiveness. *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 109, 4-36.
- Bhinekawati, R and Bradly, A. (2019). Mitigating skilled labor scarcity through corporate social responsibility program: Lessons from a large company in Indonesia. *Bus Strat Dev*. pp.1-10.
- Bohan, Erhan and Dedeoglu, Bekir Bora. (2020). Hotel employees' corporate social responsibility perception and organizational citizenship behavior: Perceived

- external prestige and pride in organization as serial mediators. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 27(5), 2342-2353.
- Bohren, O., & Staubo, S. (2016). Mandatory Gender Balance And Board Independence. *European Financial Management*, 22(1), 3–30.
<https://doi.org/10.1111/Eufm.12060>
- Cahyono, B. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderating. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Cai, W., Lee, E., Xu, A. L., & Zeng, C. (Colin). (2019). Does corporate social responsibility disclosure reduce the information disadvantage of foreign investors? *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 34, 12-29.
- Carroll A. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Chapple, W. & Moon, J. 2005. CSR in Asia. *Business and Society*, 44(4), 415–441.
- Cheung, A. W., & Pok, W. C. (2019). Corporate social responsibility and provision of trade credit. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 15(3), 100159.
- Chijoke-Mgbame, A. M., Boateng, A., & Mgbame, C. O. (2020). Board Gender Diversity, Audit Committee And Financial Performance: Evidence From Nigeria. *Accounting Forum*, 44(3), 262–286.
<https://doi.org/10.1080/01559982.2020.1766280>
- Chkir, I., Hassan, B.E.H., Rjiba, H., et al. (2019). Does corporate social responsibility influence corporate innovation? International evidence. *Emerging Markets Review*, 46, 100746.
- Chomvilailuk, R., and Butcher, K. (2016). Evaluating the effect of corporate social responsibility communication on mobile telephone customers. *Journal of Retailing and Consumer Services* 33, 164-170.

- Damara, R., & Farida, L. (2015). PEMODERASI (The Effect of The Financial Performance to Company ' s Value by The Disclosure of CSR and GCG as Moderating Variable). Artikel Ilmiah Mahasiswa.
- Danu, C. I. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Universitas Diponegoro Semarang 2011. 2011.
- Darmawati, D. (2015). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Dan Risiko Perbankan Di Indonesia. *Finance and Banking Journal*, 17(1), 83–97.
- Deangelo, L. E. (1981). Auditor Size And Audit Fees. *Journal Of Accounting And Economics*, 3(3), 183–199.
- Deng, Y., Xie, L., Zhang, M., & Wu, Y. (2020). Beg Your Pardon? The Effect Of Communication Costs On Audit Quality†. *Accounting And Business Research*, 0(0), 1–28. <https://doi.org/10.1080/00014788.2020.1748558>
- Desiana. (2018). PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTREPRISE THEORY (Studi Kasus pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah). 13, 10–20.
- Dewi, R. K., & Widagdo, B. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Manajemen Bisnis*, 2(1), 81–98. <https://doi.org/10.22219/jmb.v2i1.1486>
- Egri, C. P., & Ralston, D. A. (2008). Corporate responsibility: A review of international management research from 1998 to 2007. *Journal of International Management*, 14(4), 319–339.
- Ehsan, S., Nasir, M.S., Nurunnabi, M., Khan, Q. R., Tahir, S., & Ahmed, I. (2018). A Multimethod Approach to Assess and Measure Corporate Social Responsibility Disclosure and Practices in a Developing Economy. *SUSTAINABILITY* 2018, 10(8), 2955; <https://doi.org/10.3390/su10082955>.

- Ferdiansyah, F. A., & Purbasari, H. (2021). Pengaruh Gcg Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Moderating. 73–78.
- Fet, A. M., & Khudson, H. (2017). Implementing Corporate Social Responsibility. *Encyclopedia of Sustainable Technology*, 125-130.
- Financial Services Authority. (2021). Mempercepat Pemulihan, Menjaga Stabilitas (Issue 05). Fernández-Gago, R., Cabeza-García, L., & Godos-Díez, J. (2020). How significant is corporate social responsibility to business research? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- Font, X., & Lynes, J. (2018). Corporate social responsibility in tourism and hospitality. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1027–1042.
- Frederiksen, T. (2019). Political Settlements, The Mining Industry, and Corporate social Responsibility In Developing Countries. *Journal of The Extractive Industries and Society*, 6, 162–170.
- Friedman, M. (2007). *The social responsibility of business is to increase its profits*. Berlin, Germany: Springer.
- Getele, G. K., Li, T., & Arrive, T. J. (2019). Corporate culture in small and medium enterprises: Application of corporate social responsibility theory. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 27(2), 897-908.
- Ghosh, N. (2015). Corporate Social Responsibility in Skilling. *Review of Market Integration*, 7(1), 75–86.
- Gu, L., Yang, G., & Zuo, R. (2021). Dual Liability And The Moderating Effect Of Corporate Social Responsibility–Evidence From Belt&Road Investment Of Chinese Firms. *Emerging Markets Review*, June 2020, 100833. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2021.100833>
- Guo, J., Huang, P., and Zhang, Y. (2020). Accounting conservatism and corporate social responsibility. *Advances in Accounting*, 51, 100501.

- Gürlek, M., & Tuna, M. (2019). Corporate social responsibility and work engagement: Evidence from the hotel industry. *Tourism Management Perspectives*, 31, 195–208.
- Halkos, G., & Nomikos, S. (2020). Corporate social responsibility: Trends in global reporting initiative standards. *Economic Analysis and Policy*.doi:10.1016/j.eap.2020.11.008.
- Hereyah, Y., & P, H. A. (2019). Program Corporate Social Responsibility BRI Peduli dalam Meningkatkan Citra PT Bank Rakyat Indonesia. 1(40), 120–131.
- Hidayah, N. S. M. dan N. (2018). PENGARUH PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Empirik Pada Perusahaan Perbankan di BEI tahun 2014 – 2016). *TEKUN: Jurnal Telaah Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 49–59. <https://doi.org/10.22441/tekun.v8i1.2596>
- Hemphill, T, A. (2016). Responsible Innovation In Industry: A Cautionary Note On Corporate Social Responsibility. *Journal of Responsible Innovation*, 3, 81-87.
- Hopkins, M. (1999). *The Planetary Bargain – Corporate Social Responsibility Comes of Age*, Macmillan Press, Basingstoke.
- Hopkins, M. (2003). *The Planetary Bargain – Corporate Social Responsibility Matters*, Earthscan, London.
- Imron, G. S., Hidayat, R., & Alliyah, S. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Sosial Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Potensio*, 18(2), 82–93.
- Jia, X. (2020). Corporate social responsibility activities and firm performance: The moderating role of strategic emphasis and industry competition. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 65–73. <https://doi.org/10.1002/csr.1774>
- Jusoh, M. A., & Ahmad, A. (2013). Managerial Ownership, Institutional Ownership, Audit Quality And Firm Performance In Malaysian Dr Mohd Abdullah Jusoh

- Senior Lecturer. *International Journal Of Education And Research*, 1(10), 1–16.
- Kamalirezaei, H., Anvary Rostamy, A. A., Saeedi, A., & Khodaei Valeh Zaghari, M. (2020). Corporate social responsibility and bankruptcy probability: Exploring the role of market competition, intellectual capital, and equity cost. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 31(1), 53–63.
- Kanji, G. K., & Chopra, P. K. (2010). Corporate social responsibility in a global economy. *Total Quality Management & Business Excellence*, 21(2), 119–143.
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GCG SEBAGAI PEMODERASI. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Kates, R.W., Parris, T.M., & Leiserowitz, A.A. (2005). What is sustainable development? Goals, indicators, values, and practice. *Environment (Washington DC)*, 47, 8–21.
- Kewal, Y. A. P. Dan S. S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Berbasis Karakteristik Social Bank Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 18(3), 475–490. <https://doi.org/10.24912/Ja.V18i3.277>
- Kolstad, I. (2007). Why firms should not always maximize profits. *Journal of Business Ethics*, 76(2), 137–145. doi:10.1007/s10551-006-9262-7.
- Lestari, R. O. (2014). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (ERC) DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) SEBAGAI VARIABEL. 1, 283.
- Liao, L., Chen, G & Zheng, D. (2019). Corporate social responsibility and financial fraud: evidence from China. *Accounting & Finance*, 59(5), 3133-3169
- Listyawati, I., & Kristiana, I. (2019). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Di Indonesia. *Maksimum*, 8(2), 86. <https://doi.org/10.26714/mki.8.2.2018.86-94>

- Lukviarman, N. (2016). *Corporate Governance : Menuju Penguatan Konseptual Dan Implementasi Di Indonesia. Era Adicitra Intermedia.*
- Luthan, E., Rizki, S. A., & Edmawati, S. D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(2), 204–219. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i2.2754>
- Lyris, M. D. & Rosidi, M. (2021). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI PEMODERASI (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 9, 1–16.
- Marthin, M., Salinding, M. B., & Akim, I. (2018). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal of Private and Commercial Law*, 1(1), 111–132. <https://doi.org/10.15294/jpcl.v1i1.12358>
- McVeigh, K. (2012). Susan, G Komen’s “pinkwashing” problem a black mark on charity. *The Guardian*. Retrieved May 22, 2017, from <http://www.theguardian.com/world/2012/feb/15/komen-pinkwashing-problem-planned-parenthood>
- Meiranto, A. P. W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32. <https://doi.org/10.24815/Jdab.V3i2.5384>
- Mgbame, C. O., Eragbhe, E., & Osazuwa, N. P. (2012). Audit Partner Tenure And Audit Quality: An Empirical Analysis Chijoke. *Accounting Review*, 81(3), 653–676.
- Mocan, M., Rus, S., Draghici, A., Ivascu, L., & Turi, A. (2015). Impact of Corporate Social Responsibility Practices on The Banking Industry in Romania. *Procedia*

- Economics and Finance, 23(October 2014), 712–716.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00473-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00473-6)
- Moscato, D. (2017). Committing to Social and Environmental Impact in the Global Economy. *The Handbook of Financial Communication and Investor Relations*, First Edition: John Wiley & Sons, Inc.
<https://doi.org/10.1002/9781119240822.ch20>.
- Muliani, L. E., Yuniarti, G. A., Sinarwati, K., Akuntansi, J., Volume, 2, & Tahun, 2014. (2014). PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi Kasus Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). *Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 1–10.
- Mushrif Rashid, A., Jasim, S. R., & Fadhil Saleh, A. (2021). An Auditing Quality Determinants And Their Impact On Iraqi Commercial Banks Financial Performance (An Applied Study On A Sample Of Nine Banks From 2012 To 2018). *Materials Today: Proceedings*, Xxxx.
<https://doi.org/10.1016/J.Matpr.2021.04.226>
- Muthuri, J. N., Matten, D., & Moon, J. (2009). Employee Volunteering and Social Capital: Contributions to Corporate Social Responsibility. *British Journal of Management*, 20(1), 75–89.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (Csr) Di Indonesia. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61.
<https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23119>
- Nizar, A. A. (2017). Pengaruh Rotasi, Reputasi Dan Spesialisasi Auditor Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listed Di Bei). *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 15(2), 150–161.
<https://doi.org/10.30595/Kompartemen.V15i2.1877>

- Ngoepe-Ntsoane, M. J. (2018). Perspectives on corporate social responsibility as a route to citizen empowerment. *Development Southern Africa*, 35(4), 419–431. doi:10.1080/0376835x.2018.1428084.
- Nguyen, N. T. T., Nguyen, N. P., & Thanh Hoai, T. (2021). Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: A serial mediation model. *Heliyon*, 7(4), e06809. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06809>
- Novitasari, I., Endiana, i dewa made, & Arizona, putu edy. (2017). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Nuraina, I. M. S. dan E. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Indeks Terhadap Kinerja Perusahaan (Study Pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, Dan Transportasi Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 2(2), 105. <https://doi.org/10.25273/jap.v2i2.1203>
- Ojk. (2019). Statistik Perbankan Indonesia Januari 2019. Otoritas Jasa Keuangan, 67(6), 14–21. [Www.Ojk.Go.Id](http://www.ojk.go.id)
- Okmawati, R. H. Dan Y. (2019). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018 Risna Hayati Yosita Okmawati. 4(1), 37–48.
- Oktapriana, C. (2019). Rasio Profitabilitasterhadap Pengukuran Kinerja Tanggung Jawab Sosial Perbankan Milik Pemerintah. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 4(1), 103–118.
- Park, E. (2019). Corporate social responsibility as a determinant of corporate reputation in the airline industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 215–221.

- Petters, D. S. (2010). Corporate Social Responsibility: Discourse, Narratives and Communication. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 17, 63–69.
- Poesche, J. (2020). Coloniality of corporate social responsibility. *International Journal of Discrimination and The Law*, 20(2-3), 115-136.
- Purnamasari, F. A. H. G. P. (2014). Pengaruh Audit Rotation Dan Audit Tenure Terhadap Kualitas Audit Dengan Fee Audit Sebagai Variabel Pemoderasi. 597–607.
- Quick, R., & Schmidt, F. (2018). Do Audit Firm Rotation, Auditor Retention, And Joint Audits Matter? – An Experimental Investigation Of Bank Directors’ And Institutional Investors’ Perceptions. *Journal Of Accounting Literature*, 41, 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2018.01.003>
- Rachmat , K. (2015). Public Relations and Corporate Social Responsibility in Mandatory Approach Era in Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 320-327.
- Radu, C. & Smaili, N. (2021). Corporate Performance Patterns of Canadian Listed Firms: Balancing Financial and Corporate Social Responsibility Outcomes. *Business Strategy and the Environment*, 30(7), 3344-3359. <https://doi.org/10.1002/bse.2806>.
- Rahdari, A., Sheehy, B., Khan, H. Z., Braendle, U., Rexhepi, G., & Sepasi, S. (2020). Exploring global retailers’ corporate social responsibility performance. *Heliyon*, 6(8), e04644.
- Rashid, N. R. N. A., Khalid, S. A., & Rahman, N. I. A. (2015). Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR): Exploring its Influence on Customer Loyalty. *Procedia Economics and Finance*, 31, 705–713.
- Rivandi, M. (2020). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan High Profile Di Bei. *Akuntabilitas*, 13(2), 205–220. <https://doi.org/10.15408/Akt.V13i2.17336>

- Rohman, M. K. Dan A. (2014). Pengaruh Fee Audit, Audit Tenure, Dan Rotasi Audit Terhadap Kualitas Audit. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 0(0), 652–660.
- Rokhlinasari, S. (2015). Teori –Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responbility Perbankan. 7.
- Rudito, B. (2014). The Improvement of Community Economy as Impact of Corporate Social Responsibility Program: A Case Study in Pengalengan, Bandung, West Java, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164, 471–476.
- Salem, R., Usman, M., & Ezeani, E. (2021). Loan Loss Provisions And Audit Quality: Evidence From Mena Islamic And Conventional Banks. *Quarterly Review Of Economics And Finance*, 79, 345–359. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2020.07.002>
- Sayyar, H., Basiruddin, R., Rasid, S. Z. A., & Elhabib, M. A. (2015). The Impact Of Audit Quality On Firm Performance: Evidence From Malaysia. *Journal Of Advanced Review On Scientific Research*, 10(1), 2289–7887.
- Schramm-Klein, H., Zentes, J., Steinmann, S., Swoboda, B., & Morschett, D. (2013). Retailer Corporate Social Responsibility Is Relevant to Consumer Behavior. *Business & Society*, 55(4), 550–575.
- Serenko, A., & Bontis, N. (2009). A citation-based ranking of the business ethics scholarly journals. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 4(4), 390–399.
- Setiawan, F. A. G. S. B. D. (2017). Perkembangan Penelitian Kinerja Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 15(2), 96–105.
- Shahzad, F., Baig, M. H., UrRehman, I., Saeed, A., & Asim, G. A. (2021). Does Intellectual Capital Efficiency Explain Corporate Social Responsibility Engagement-Firm Performance Relationship? Evidence from Environmental, Social and Governance Performance of US Listed Firms. *Borsa Istanbul Review*, in press. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.05.003>.

- Shim, K., & Yang, S. U. (2016). The effect of bad reputation: The occurrence of crisis, corporate social responsibility, and perceptions of hypocrisy and attitudes toward a company. *Public Relations Review*, 42(1), 68-78.
- Shirasu, Y., & Kawakita, H. (2020). Long-term financial performance of corporate social responsibility. *Global Finance Journal*, 50, 100532.
- Siuea, T. T., Wang, J., Deladem, T.G ., (2019). Corporate Social Responsibility and Financial Performance : A Comparative Study in Sub-Saharan Africa Banking Sector. *Journal of Cleaner Production*, 226, 658-668.
- Sprinkle, G. B., & Maines, L. A. (2010). The benefits and costs of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 53(5), 445-453. doi:10.1016/j.bushor.2010.05.006.
- Sudiyatno, D. Purwoko Dan B. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Bank (Studi Empirik Pada Industri Perbankan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 20(1), 24192..Pdf. *Jurnall Bisnis Dan Ekonomi*, 20(1), 25-39.
- Sughanti, L, (2019). Examining the relationship between corporate social responsibility, performance, employees' pro-environmental behavior at work with green practices as mediator. *Journal of Cleaner Production* 232, 739e750.
- Suheriadi. (2020). Hadapi Pandemi, Perbankan Hadapi Empat Isu Besar. *Infobanknews.Com*. <https://Infobanknews.Com/Hadapi-Pandemi-Perbankan-Hadapi-Empat-Isu-Besar/>
- Tasnia, M., Alhabshi, S. M. S. J., & Rosman, R. (2021). Corporate social responsibility and Islamic and conventional banks performance: a systematic review and future research agenda. *Journal of Sustainable Finance & Investment*. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1922063>.
- Thi, H., Le, T., Giang, H., & Vinh, X. (2021). Audit Quality , Accruals Quality And The Cost Of Equity In An Emerging Market : Evidence From Vietnam. *International Review Of Financial Analysis*, 77(March), 101798. <https://doi.org/10.1016/J.Irfa.2021.101798>

- Tilt, C.A. (2016). Corporate social responsibility research: The importance of context. *Int. J. Corp. Soc. Responsibility*, 1(2).
- Tilt, C.A. (2018). Making social and environmental accounting research relevant in developing countries: A matter of context? *Soc. Environ. Account. J.*, 38, 145–150.
- Tjun, T. N. Dan L. T. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 123–136. <https://doi.org/10.28932/Jam.V12i1.2323>
- Torrico, B. H., Frank, B., & Tavera, C. A. (2018). Corporate Social Responsibility in Bolivia: Meanings and consequences. *Int. J. Corp. Soc. Responsib.*, 3, 1–13.
- Ucar, E. & Staer, A. (2020). Local Corruption and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Research*, 116, 266–282.
- Uhlig, M. R. H., Mainardes, E. W., & Nossa, V. (2019). *Corporate social responsibility and consumer's relationship intention. Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- Van der Ploeg, L. Vanclay, F. 2018. Challenges in implementing the corporate responsibility to respect human rights in the context of project-induced displacement and resettlement. *Resources Policy*, 55, 1-13.
- Wang, Y.-F., & Huang, Y.-T. (2014). How Do Auditors Increase Substantially Firm Value? *International Journal Of Economics And Finance*, 6(10), 76–82. <https://doi.org/10.5539/Ijef.V6n10p76>
- Windsor, D. (2001). THE FUTURE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *The International Journal of Organizational Analysis*, 9(3), 225-256. <https://doi.org/10.1108/eb028934>.
- Wirawan, A. W., Falah, L. J., Kusumadewi, L., Adhariani, D., & Djakman, C. D. (2020). The Effect of Corporate Social Responsibility on the Firm Value with

- Risk Management as a Moderating Variable. *Journal of Asia-Pacific Business*, 21(2), 143-160.
- Wood, D. (1994). *Business and Society*, Harper Collins, New York.
- World Business Council. (2009). Corporate social responsibility. Retrieved June 12, 2021, from <http://old.wbcd.org/pages/edocument/edocumentdetails.aspx?id=82&nosearchcontextkey=true>
- Xia B, Olanipekun A, Chen Q, and Xie L, Liu Y. (2018). Conceptualising the state of the art of corporate social responsibility (CSR) in the construction industry and its nexus to sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 195, 340-353.
- Xie, C., Bagozzi, R. P., & Grønhaug, K. (2018). The impact of corporate social responsibility on consumer brand advocacy: The role of moral emotions, attitudes, and individual differences. *Journal of Business Research*, 95, 514-530.
- Yustrianthe, R. H. (2012). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Audit Judgment Auditor Pemerintah. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/10.15294/Jda.V4i2.2165>