

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. TINJAUAN TEORI

2.1.1. Teori Stakeholder

Stakeholder adalah semua pihak eksternal maupun internal, seperti pemegang saham, pemerintah, masyarakat sekitar lingkungan perusahaan, internasional, lembaga diluar perusahaan, dan sebagainya baik yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh Perusahaan Hadi (2014). Teori *Stakeholder* yang dinyatakan oleh Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan (*Stakeholder*) saja namun telah bergeser menjadi lebih luas yaitu perusahaan juga harus memberikan manfaat lebih bagi para *Stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak-pihak lainnya). *Stakeholder* memiliki hak untuk mendapatkan informasi keuangan maupun non keuangan sebagai wujud pertanggung jawaban perusahaan terhadap *Stakeholder*, Jika Didasarkan pada teori *Stakeholder*.

Robert dalam Marzully dan Printinah (2012) mengatakan pengungkapan sosial perusahaan merupakan kesuksesan untuk perusahaan dalam menegosiasikan hubungan dengan *Stakeholder* mereka, dengan adanya teori *Stakeholder* ini, meberikan dasar bahwa suatu manfaat bagi para *Stakeholder*-nya, manfaat tersebut dapat berupa penerapan program tanggung jawab sosial prusahaan. Penerapan program tanggung jawab sosial pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi bagi para *Stakeholder* sehingga dapat terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sosial sekitarnya. Manajemen dalam perusahaan diharapkan dapat melakukan aktivitas sesuai dengan yang diharapkan ara *Stakeholder* dan melaporkannya juga kepada para *Stakeholder* selaku pemangku kepentingan perusahaan.

Berdasarkan dari penjelasan diatas bahwa pada dasarnya perusahaan perlu dan harus mengemukakan informasi terkait perusahaan kepada para *Stakeholder*, baik itu informasi mengenai keuangan dan non-keuangan semuanya harus di informasikan kepada para pemangku kepentingan yang didalamnya terdapat informasi yang menjelaskan tentang ertanggung jawaban perusahaan dari aktivitas perusahaan kepada para *Stakeholder*.

2.1.2. Teori Legitimasi

Menurut Deegan (2015) Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada pada masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah. Sedangkan menurut O'donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Menurut pangayow (2019), perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai yang terdapat di masyarakat disebut *Legitimacy gap* dan dapat mempengaruhi perusahaan dalam melanjutkan usahanya, sejalan dengan karakternya yang berdekatan dengan ruang dan waktu, legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat dimana perusahaan berada (Dowling 1975) dalam (Hadi N. , 2011)

Menurut Marsyah (2012) Perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan, yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Lebih jauh lagi, legitimasi ini akan

meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut.

Dengan adanya teori legitimasi ini akan membarikan landasan bahwa perusahaan harus mematuhi peraturan-peraturan yang telah ditetapkan di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan, berkaitan dengan kegiatan usaha yang dilaksanakan perusahaan sehingga nantinya dapat berjalan dengan baik tanpa akan timbul suatu konflik atau keresahan pada masyarakat yang bermukim di lingkungan sekitar perusahaan beroperasi. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan, dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat, sehingga masyarakat sekitar tempat beroperasi dapat menerima keberadaan perusahaan dengan baik dan tidak memperlakukan keberadaan perusahaan tersebut.

2.1.3. Teori keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan atau teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemilik perusahaan dan manajemen, Manajemen bertindak sebagai Agen yang ditunjuk oleh pemegang saham yang bertindak sebagai Prinsipal. Diberi tugas dan kewenangan untuk mengelola perusahaan. Atas nama pemegang saham. Sebagai mana yang di katakana oleh Hendriksen dan van Breda (2014) *AGENCY Theory* menyatakan dimana pihak pertama bertindak sebagai agent dan pihak yang lain bertindak sebagai principal, setiap perusahaan penting untuk menyerahkan pengelolaan kepada tenaga profesional untuk dapat menjalankan kegiatan bisnis dalam perusahaan. Tujuan dari pemisahan kepemilikan ini agar perusahaan dan pemiliknya memiliki keuntungan yang maksimal dengan keuntungan yang minimal.

Tenaga profesional tersebut bekerja untuk kepentingan perusahaan serta memiliki keleluasaan dalam menjalankan manajemen perusahaan ferial dan Handayani (2016). Didalam hubungan keagenan, dimana manajer sebagai pihak yang mempunyai akses langsung terhadap informasi apa saja yang disajikan atau diungkapkan perusahaan, mempunyai asimetri informasi

terhadap pihak eksternal perusahaan, misalnya kreditor atau investor. Untuk dapat memperkecil asimetri informasi tersebut, maka pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk dapat memastikan bahwa pengelolaan dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah disetujui tanpa ada pihak yang dirugikan.

Menurut teori ini hubungan antara pemilik dan manajer pada hakikatnya sukar tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan. Pertentangan dan tarik menarik kepentingan antar principal dan agen dapat menimbulkan permasalahan yang dalam pada teori agensi dikenal sebagai *Asymmetric Information (AI)* yaitu informasi yang tidak seimbang yang disebabkan karena adanya distribusi informasi yang tidak sama antara principal dan agen. Akibat adanya informasi yang tidak seimbang ini, dapat menimbulkan 2 permasalahan yang disebabkan dengan adanya kesulitan principal dalam memonitoring dan melakukan kontrol terhadap tindakan-tindakan agen. Jensen dan Meckling menyatakan bahwa permasalahan tersebut adalah : *Moral Hazard*, yaitu permasalahan yang muncul jika agen tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama dalam kontrak kerja dan *Adverse Selection* yaitu suatu keadaan dimana principal tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan yang diambil oleh agen benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas (Arifin, 2005)

2.1.4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Menurut Undang – undang Nomor 40 Tahun 2007, CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kondisi lingkungan, sosial dan ekonomi perusahaan merupakan suatu komitmen perseroan untuk berperan serta dalam membangun ekonomi berkelanjutan guna untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Sementara itu Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan

penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat dimana tempat perusahaan tersebut menjalankan operasinya.

Menurut WBSD (2000) (*The World Business Council For Sustainable Development*) *Corporate Sosial Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan 14 kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, malalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Heri (2003) menyatakan bahwa CSR adalah komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu *Issue* tertentu dimasyarakat atau lingkungan sekitar perusahaan untuk dapat menciptakan lingkungan yang jauh lebih baik. Menurut Pearce dan Robinson (2005) mendefinisikan bahwa CSR adalah konsep bahwa perusahaan harus melayani masyarakat sosial sebaik memberikan keuntungan *Financial* kepada pemegang saham dan harus berkelanjutan secara terus menerus atau kontemporer yang pada akhirnya para menejemen akan menyadari bahwa keputusan menerapkan CSR merupakan keputusan yang sangat penting dalam erencanaan strategis

Dalam konsep *Sustainability Development*, keberlanjutan suatu perusahaan, bergantung dari seberapa besar perusahaan dapat bertanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan. Tanggung jawab tersebut meliputi tanggung jawab sosial, lingkungan dan tanggung jawab ekonomi / *financial*. tanggung jawab kemudian dikomunikasikan oleh perusahaan kepada *Stakeholder* melalui pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR menjadi sinyal yang diberikan oleh pihak manajemen kepada *Stakeholder* termasuk calon investor mengenai prospek perusahaan dimasa depan serta menunjukkan nilai lebih

yang dimiliki oleh perusahaan atas kepedulian terhadap dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan tersebut (Lindawati, 2015)

Terdapat 2 indikator yang dipakai perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Pertama yaitu indikator yang diterapkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI menyatakan pengungkapan CSR dalam 79 item diantaranya : pengungkapan yang terdiri dari indikator ekonomi terdapat 9 item, lingkungan terdapat 30 item, dan sosial yang mencakup tenaga kerja 14 item, hak asasi manusia 9 item, sosial 8 item, dan produk 9 item. Sedangkan untuk tolak ukur yang kedua ialah indikator yang dilakukan Sembring (2005) yang terdiri dari 78 item pengungkapan yang sesuai diterapkan ada perusahaan di Indonesia. Hal ini disesuaikan dengan peraturan BAPEPAM No.VIII G.2 Berdasarkan tentang laporan tahunan dan kesesuaian item untuk diaplikasikan di Indonesia. Dimana dalam pengungkapannya terdiri dari beberapa item indikator antara lain : dari segi aspek lingkungan terdapat 13 item, Energi 7 item, kesehatan dan keselamatan kerja 8 item, lain-lain tenaga kerja 29 item, produk 10 item, keterlibatan masyarakat 9 item, dan umum 2 item.

Indikator yang akan dilakukan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan indikator yang dilakukan oleh Sembring, dengan menggunakan pengukuran pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility Index*. (CSRI). Pengukuran CSR adalah dengan menilai setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan yang telah dipaparkan dalam laporan keberlanjutan perusahaan, dalam hal ini perusahaan harus menyajikan ke 78 item yang akan dinilai, jika perusahaan menerapkan item-item yang terdiri dari 78 item yang telah dijelaskan maka perusahaan akan mendapatkan point adalah 1 (satu), point berlaku bagi setiap item pengungkapan yang telah diungkapkan oleh perusahaan. Begitupun sebaliknya jika perusahaan tidak mengungkapkan salah satu dari ke 78 item yang harus diterapkan oleh perusahaan maka point yang diterima adalah 0 (nol), dan sebagai mana telah

dipaparkan bahwa point berlaku untuk per item baik yang diungkapkan maupun yang tidak diungkapkan.

Menurut Sembring (2005) menjelaskan bahwa CSR dapat diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu: a). perusahaan yang tidak mengungkapkan kriteria yang terdapat pada GRI akan mendapatkan skor + 0/item, b). sedangkan perusahaan yang mengungkapkan criteria yang terdapat pada GRI akan mendapatkan score = 1/ item. Pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan dengan index pengukuran masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya yang diungkapkan oleh perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan. Yang diinterpretasikan dalam rumus sebagai berikut :

$$\text{Rumus : CSRI} = \frac{\sum N}{K}$$

Ket : CSRI : Indeks Pengungkapan Perusahaan

N : Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

K : Jumlah semua Item yang mungkin dipenuhi

Jika terpenuhi maka poin 1 / item, jika tidak terpenuhi maka poin 0 / item

2.1.5. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dapat diketahui dari kemampuan manajemen dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan perbaikan kondisi keuangan perusahaan dalam hal efisiensi atau perencanaan manajemen demi keberhasilan perusahaan. Selain itu juga dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (Riyanto, 2015)

Informasi kinerja keuangan diperlukan untuk menilai potensi pengelolaan sumberdaya ekonomi yang mungkin akan dikendalikan dimasa depan. Informasi kinerja bermanfaat untuk memprediksi kapasitas perusahaan dalam memperoleh arus kas dari sumberdaya yang tersedia. Disamping itu informasi tersebut berpengaruh pada perumusan

pertimbangan tentang efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumberdaya (IAI, 2004)

Berdasarkan pemaparan terkait pengertian kinerja keuangan diatas bisa kita ambil kesimpulan bahwa kemajuan suatu perusahaan itu bisa dilihat berdasarkan dari aspek keuangannya, setiap perusahaan memerlukan keputusan yang tepat untuk menyelesaikan suatu masalah yang dihadapi. Dimana keputusan yang tepat bisa diambil atau diukur berdasarkan informasi yang dibutuhkan. Informasi yang dibutuhkan berasal dari adanya suatu laporan keuangan dan biasanya informasi yang dimuat berdasarkan periode tertentu. Informasi suatu perusahaan dapat dinilai dengan diadakannya suatu pengukuran kinerja perusahaan oleh pihak manajemen. Dalam mengukur adanya suatu kinerja perusahaan perlu memahami kondisi kondisi kesehatan suatu perusahaan yang akan diteliti sebelum mengambil keputusan yang tepat, melalui dengan adanya suatu laporan keuangan yang disajikan oleh akuntan internal perusahaan sehingga mampu menganalisis tingkat kesehatan keuangan serta melakukan penilaian terhadap perusahaan dan salah satu cara untuk mengukur kinerja keuangan yaitu dengan melakukan analisis keuangan perusahaan tersebut, analisis laporan keuangan merupakan analisis atas laporan keuangan dalam perusahaan yang terdiri dari perhitungan laba/rugi dan neraca. Ukuran yang sering dipakai dalam melakukan analisis yaitu dengan menggunakan analisis rasio keuangan, analisis rasio keuangan adalah alat yang digunakan oleh manajemen perusahaan dalam rangka untuk mengetahui tingkat keefektifan kinerja perusahaan dalam satu periode, rasio keuangan juga digunakan sebagai alat evaluasi untuk lebih meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga dengan adanya suatu analisis rasio dapat diketahui perkembangan perusahaan yang terjadi pada tahun – tahun sebelumnya dan pada tahun-tahun berjalan.

Pada dasarnya rasio terdiri dari 4 bagian yaitu rasio liquiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas. Masing-masing rasio juga mempunyai fungsinya masing-masing diantaranya rasion liquiditas digunakan untuk mengukur tingkat kelancaran peredaran dana perusahaan,

rasio solvabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan dapat menggugung kewajiban perusahaan, kemudian rasi aktivitas yaitu digunakan seberapa efektifnya aktivitas dalam erusahaan terkait dengan pergerakan persediaan, penjualan danlain sebagainya yang berlangsung pada perusahaan dan yang terakhir yaitu rasio profitabilitas yaitu rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dapat menghasilkan profit.

Pada penelitian ini peneliti akan memakai rasio profitabilitan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, sebagai mana yang kita ketahui bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dapat menghasilkan laba (*profit*) dari pendapatan (*Earning*) terkait penjualan, asset, dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. Alasan peneliti rasio profitabilitas dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan ialah dikarnakan rasio profitailitas sering dipakai oleh para investor dan kreditur untuk menilai jumlah deviden atau pendapatan atas investasi yang akan dibagikan atau yang akan diterima oleh para investor, dan besarnya laba perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk membayar hutang kepada pera kreditur berdasarkan tingkat pemakaian asset dan sumber daya lainnya sehingga dapat melihat efisiensi perusahaan . efektivitas dan efesiensi menejemen juga dapat dilihat dari laba yang dihasilkan melalui perbandingan perputaran penjualan dan investasi yang dilihat dari jumlah yang beredar. Semakin tinggi nilai yang dihasilkan dari perhitungan rasio maka semakin bagus pula kondisi dari suatu perusahaan tersebut. Berdasarkan rasio profitabilitas, nilai yang tinggi melambangkan tingkat laba dan efisiensi perusahaan yang tinggi pula.

Menurut Khasmir (2005) profabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio pofitabilitas juga memberikikan ukuran tingkat efektifitas menejemen suatu perusahaan. hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efektivitas perusahaan, semakin tinggi laba yang dihasilkan maka perusahaan tersebut semakin efektif. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indicator

sebagai berikut ROE (*Return On Equity*), ROA (*Return On Asset*), ROS (*Return On Sales*), EPS (Earning Per Share).

a). *Return On Asset* (ROA)

Merupakan Kemampuan Perusahaan Dalam Menghasilkan Laba atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. menurut (husnan,2013:24) dalam kadek rosiliadan dkk, ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut.

$$\text{Rumus : ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset Tetap}} \times 100 \%$$

b). *Return On Sales* (ROS)

yang bisa juga disebut dengan *Net Profit Margin* merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan *Margin* laba atas penjualan. *Return On Sales* yang tinggi menandakan perusahaan mampu menghasilkan pendapatan yang besar pada tingkat penjualan tertentu dan itu pun berlaku sebaliknya.

$$\text{Rumus : ROS} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Penjualan Bersih}} \times 100 \%$$

c). *Return On Equity* (ROE)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan modal sendiri. Rasio ROE menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi emilik perusahaan semakin kuat, begitupun sebaliknya. ROE dapat memberikan tiga hal pokok yaitu: a). kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, b). efisiensi perusahaan dalam mengelola asset, c). utang yang dipakai dalam melakukan usaha.

$$\text{Rumus : ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Equity}} \times 100 \%$$

d). *Earning Per Share* (EPS)

Merupakan Rasio Profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan perlembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan. manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat memperhatikan *Earning Per Share* Karena menjadi indikator keberhasilan perusahaan.

$$\text{Rumus : EPS} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Saham yang Beredar}}$$

Semakin baik kualitas laporan keuangan yang disajikan maka akan semakin meyakinkan pihak eksternal dalam melihat kinerja perusahaan tersebut. Lebih jauh keyakinan bahwa perusahaan diprediksi akan mampu tumbuh dan memperoleh profitabilitas dan sustainable, yang otomatis tentunya pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan akan merasa puas dengan berbagai urusan yang berkaitan dengan perusahaan. (Irham, 2012).

2.2. TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU

Berikut ini peneliti ingin mengemukakan berbagai penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini dilaksanakan yang memiliki kaitan erat dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan :

Table 1: Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti dan judul penelitian | Variabel | Hasil peneitian |
|----|---|-------------------|---|
| 1 | Dani purnaningsih (2018), “pengaruh corporate sosial responsibility terhadap kinerja keuangan | CSR,ROA,ROE & ROS | Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa : 1) CSR memili pengeruh positif dan signifikan terhadap ROA & ROE |

| | | | |
|---|--|-------------------|---|
| | perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2016” | | 2) CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap ROS |
| 2 | Marisa yaparto, Diana frisko,risky enandari (2013), “pengaruh corporate sosial responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2011” | CSR,ROA,ROE & EPS | Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa corporate sosial responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap instrumen pengukuran kinerja keuangan yaitu terhadap ROA,ROE & EPS |
| 3 | Rilla gantino (2016), “pengaruh corporate sosial responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2014” | CSR,ROA,ROE & PBV | Hasil penelitian ini menyatakan bahwa corporate sosial responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan instrument pengukur ROA,ROE & PBV |
| 4 | Desak putu suciwati,desak putu arie pranyan,cing ardaya (2016), “pengaruh corporate sosial responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan | CSR,ROA & ROE | Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa corporate sosial responsibility memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan |

| | | | |
|---|--|------------------------|---|
| | pertambahan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013” | | menggunakan ROA & ROE |
| 5 | Eko adi kurnianto,andri prastiwi (2009), “pengaruh corporate sosiaal responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan perbangan yang terdaftar di BEI periode 2005-2008” | CSR,ROA & CAR | Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa corporate sosial responsibility memiliki pengaruh yang negative dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan instrument pengukuran ROA & CAR |
| 6 | Kadek rusiana, gede adi yuniarta,nyoman ari surya dermawan (2014), “pengaruh corporate sosial responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI periode 2008-2012” | CSR,ROA,ROE & ROS | Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa : 1) Corporate sosial responsibility berpengaruh positif pada ROA & ROS 2) Sedangkan corporate sosial responsibiliti berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan tolak ukur ROE |
| 7 | Diah ayu citraningrum,siti ragil handayani,nila Firdausi nuzula (2014), | CSRI,ROA,ROE ,EPS & CP | Hasil dari penelitian ini menunjukan adanya hubungan yang positif signifikan terkait |

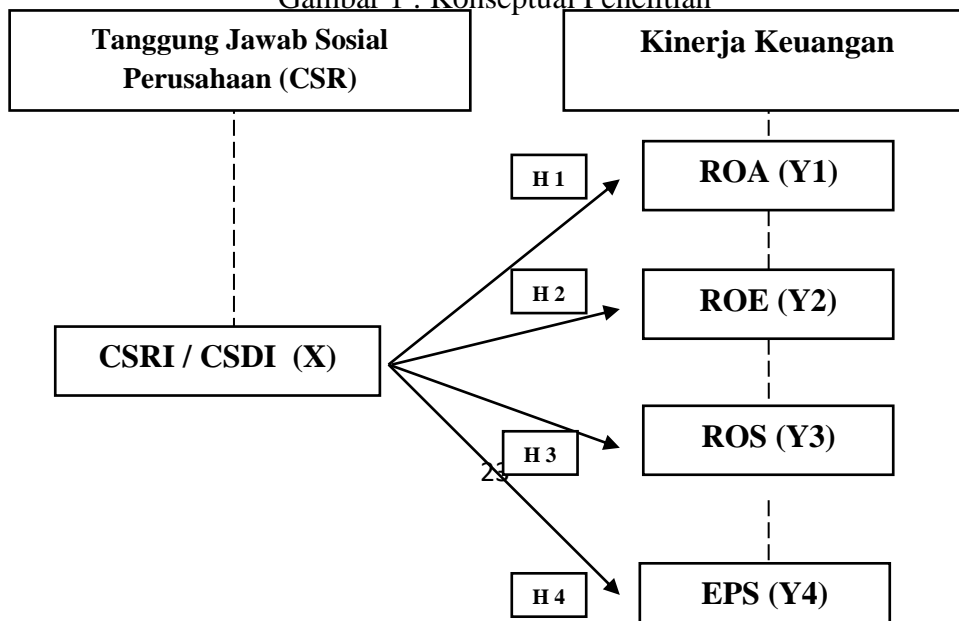
| | | | |
|----|---|--------------------|--|
| | “pengaruh corporate sosial respon sibility terhadap kinerja keuangan dan firm value perusahaan yang terdaftar pada indeks sri kehati periode 2010-2012” | | pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dan firm value dengan menggunakan proksi ROA,ROE,EPS & CP. |
| 8 | Siti purwaningsih (2014), “pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012 | CSRI,ROA,ROE & EPS | Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang menggunakan instrument pengukuran ROA,ROE & EPS. |
| 9 | Mega kurnia rosdwianti. Moch.Dzulkirom AR, Zahro Z.A, “ Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas perusahaan.” Studi empiris pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2013-2014 | CSRI,ROA,ROE &EPS | Hasil darim penelitian tersebut menjelaskan bahwa CSRI memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ROA&ROE akan tetapi CSRI memiliki pengaruh Negatif Signifikan terhadap hubungan yang terjadi diantara CSRI terhadap ROS. |
| 10 | Pricilia Rumengan, Grace B. Nangoi, Sinjte Rondonuwu. “Pengaruh CSR terhadap | CSRI,ROA & ROI | Dari pernyataan hasil penelitian tersebut maka dapat dihasilkan bahwa CSR berpengaruh negatif |

| | | | |
|----|--|---------------------------|--|
| | Provitalitas perusahaan pada PT Bank Sentral Asia periode tahun 2010-2015 | | signifikan terhadap ROE dan memiliki pengaruh Signifikan Positif pada hubungan yang terjadi diantara CSR terhadap ROI. |
| 11 | Wahyu Aprilia Sari,Siti Ragil Handayani,Nila Firdausi Nuzula. “pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan (studi komparatif pada perusahaan multinasional yang terdaftar pada bursa efek indonesia dan bursa malaysia tahun 2012-2015) | CSR,ROA & <i>Tobins'Q</i> | Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa hubungan negatif dan signifikan terdapat pada hubungan yang terjadi pada CSR terhadap ROA dan <i>Tobins'Q</i> di <i>Indonesia</i> sedangkan di <i>Malaysia</i> sendiri mendapatkan hubungan yang signifikan dan memiliki arah yang positif. |

Sumber : Data diolah (2020)

2.3. MODEL KONSEPTUAL PENELITIAN

Gambar 1 : Konseptual Penelitian



Sumber : Data diolah (2020)

KET :

----- : Garis yang Menunjukkan Proksi Penelitian

—————> : Garis yang Menunjukkan Pengaruh Hubungan antar Variabel

H1-H4 : Hipotesis 1 - 4

X : Variabel Independent , Y1 - Y4 : Variabel Dependen 1 - 4

2.4. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rodriguez and Fernandez (2016) dalam (Purnaningsih, 2018), menunjukkan bahwa sosial adalah menguntungkan dan menguntungkan adalah sosial, sehingga dapat membentuk lingkaran suci. Artinya, Kebijakan tanggung jawab sosial berubah menjadi keuntungan yang lebih tinggi dan keuntungan yang lebih berubah menjadi kebijakan tanggung jawab sosial. Hubungan dua arah yang terjadi diantara CSR dan Kinerja Keuangan ini terbukti positif. Oleh karena itu dalam hal ekonomi, ditegaskan bahwa untuk perusahaan *Ceteris Paribus*, peningkatan pengeluaran CSR mengarah pada peningkatan *Financial Performan*, dan lagi pula, perusahaan menikmati kekuatan *Financial* yang lebih besar jika indeks perilaku sosial meningkat. Ini menghasilkan umpan balik positif yang mendorong perusahaan untuk menerapkan kebijakan CSR dengan sumberdaya keuangan mereka, dan membuktikan bagaimana investasi CSR mereka menyebabkan *Return* yang baik Bagi Keuangan perusahaan.

Seperti halnya yang dikatakan oleh (Gantino, 2016) yang mengemukakan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR maka ROA akan semakin meningkat. Pengungkapan yang semakin luas memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang mempunyai kepentingan (*Stakeholder*)

terhadap perusahaan maupun para pemegang saham perusahaan (*Shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *Stakeholder* dan *Shareholder* maka akan memperbanyak informasi yang diterima tentang perusahaan. *Stakeholder* dan *Shareholder* akan lebih mempercayakan modal yang mereka tanamkan kepada perusahaan, sehingga perusahaan akan lebih mudah dalam mengolah modal tersebut untuk aktifitas perusahaan dalam rangka meningkatkan laba.

Aktifitas CSR jika dilakukan dengan baik dan bijak oleh perusahaan atau instansi-instansi terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga dapat memperbaiki hubungan dengan para pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan dan dari hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan, dikarenakan perusahaan yang mengelola serta mempublikasikan laporan csrnya dengan lebih baik akan mampu meminimalisir keterbatasan modal, hal ini disebabkan beberapa faktor yang pertama ialah dengan menerapkannya CSR perusahaan mampu mengatasi masalah-masalah sosial dengan masyarakat dalam hal ini yang dimaksud ialah perusahaan lebih memperhatikan hubungan sosial dengan masyarakat sehingga banyak mengabdikan serta memberdayakan aspirasi dari masyarakat dan memberi pelayanan sosial yang lebih intensif, faktor yang kedua dengan adanya penerapan CSR perusahaan dapat dengan mudah menjaga dan merawat lingkungan yang selama ini sebagian besar banyak perusahaan yang kurang memperhatikan faktor tersebut, dengan memperhatikan serta menjaga lingkungan terutama bagi perusahaan yang menghasilkan limbah atau bagi perusahaan yang paling banyak bercengkrama dan menghabiskan produksi serta menjalankan usahanya di alam akan lebih baik lagi jika perusahaan tersebut dapat menjaga lingkungan dan merawat lingkungan tersebut sehingga, dapat mengakibatkan citra yang positif dari kaca mata para konsumen, faktor yang ke tiga dari aspek ekonomi dengan terjalinnya hubungan sosial yang baik serta pengolahan lingkungan yang baik, pula maka perusahaan mendapatkan citra yang positif dari para stakeholder yang salah satu dampaknya menjadi

lading investasi yang baik bagi para investor dikarenakan kinerja perusahaan dalam pengelolaan serta pemberdayaan yang baik sehingga dapat dipercaya konsumen, investor dalam memberikan modalnya kepada perusahaan untuk di kelola. Dengan demikian hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini adalah

H1 : *Corporate Social Responsibility* Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap *Return On Asset* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Menurut (Purnaningsih, 2018) mengemukakan bahwa semakin tinggi aktivitas CSR yang terjadi pada operasional perusahaan maka akan semakin tinggi pula *Return On Equity* yang akan diterima oleh perusahaan. Begitu juga dengan penelitian yang dikemukakan oleh Giantino (2016) dalam (Purnaningsih, 2018) pelaksanaan CSR dapat mengakibatkan Citra yang baik bagi perusahaan, selain itu juga dapat meningkatkan *Image* yang baik bagi perusahaan, baik di pasar komoditas maupun pasar modal. Citra perusahaan yang baik akan lebih diminati oleh investor karena semakin baik citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen, seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan juga akan semakin meningkat, hal tersebut juga akan meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan akan semakin meningkat pula, dalam hal ini ROE sebagai salah satu rasio profitabilitas yang diperhitungkan bagi kalangan investor karena apabila tingkat imbalan yang diterima oleh investor semakin tinggi maka akan berdampak pada harga saham perusahaan di pasar modal yang akan semakin meningkat. Adanya pelaksanaan CSR yang semakin baik akan memberikan dampak baik untuk kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang atau yang sering disebut dengan *Sustaninabel Development*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Desak *et all* (2016) menjelaskan bahwa hasil penelitian yang dilakukan terkait hubungan CSR terhadap ROE memberikan pengaruh yang signifikan 0,006 terhadap ROE dengan F hitung sebesar 8,226 sedangkan besarnya pengaruh CSR terhadap ROE dengan Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,109 yang berarti CSR

memiliki pengaruh 10,9% terhadap ROE untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dan hasil tersebut menjelaskan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE.

Serta hasil yang di tujukan pada penelitian yang dilakukan oleh Kadek *et all* (2014) dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSRI memberikan Koefisien Regresi 0,167 dengan tingkat signifikansi 0,0003 yang berarti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap ROE, dengan demikian semakin banyak perusahaan melakukan aktivitas CSR yang dipublikasikan perusahaan maka ROE juga akan semakin meningkat

Begitu halnya penelitian yang dilakukan oleh dani purnaningsih 2018, rilla gantino 2016, Siti purwaningsih 2012, Marisa yaparto et all 2013 yang menyatakan bahwa CSR memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Sehingga hipotesis ke 2 yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah

H2 : *Corporate Social Responsibility* Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap *Return On Equity* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kadek *et all* (2014) penelitian ini menunjukkan bahwa CSR yang dihitung menggunakan CSRI terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROS *Return On Sales* ini ditujukan dengan hasil uji Statistic yang memberikan hasil koefisien regresi sebesar 0,443 dengan tingkat signifikan 0,001 yang artinya csri mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ROS.

Semakin Banyak Perusahaan Mengungkapkan dan malakukan aktivitas CSR akan Mengakibatkan semakin tinggi pula penjualan perusahaan yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan Progit Perusahaan. Laba perusahaan Meningkat maka nilai ROSpun Akan semakin meningkat.

Namun penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Purnaningsih, 2018) yang mengatakan bahwa CSR tidak berpengaruh erhadap ROS hal itu dibuktikan dengan tingginya nilai sig

yang diperoleh oleh CSR 1,2 dan 3 yang memberikan hasil sebesar 0,810, 0,586 dan 0,920 yang lebih besar dari 0,05 / 5%. Namun penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Giatno (2016), Kholis (2014), Rosdewanti *et al* (2016). Karena dengan menjalankan aktivitas CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik minat masyarakat untuk membeli produk dari perusahaan tersebut. Karena disamping menjalankan kewajiban mematuhi peraturan pemerintah, perusahaan juga menjalankan aktivitas promosi kepada masyarakat untuk mencapai adanya suatu profit yang lebih. Dengan demikian hipotesis ke 3 yang dapat diputuskan ialah

H3 : *Corporate Social Responsibility* Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap *Return On Sales* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Earning Per Share adalah rasio yang membahas tentang seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba/ profit yang akan diperoleh oleh para investor dalam satu lembar atau perlembar saham yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, oleh karena itu kebanyakan investor sebelum melakukan investasi pada suatu perusahaan pasti akan melihat dan menanyakan kemampuan perusahaan dalam menyuguhkan EPS bagi para investor.

Dari hasil penelitian yang dikemukakan oleh Dwi Ayu Citraningrum *et al* (2014) dari hasil yang dilakukan pada penelitiannya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap EPS dan penelitian yang dilakukan oleh Siti (2014), berdasarkan hasil analisis regresi untuk uji T dan Uji F menghasilkan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap EPS dan model regresinya dinyatakan fit. Dan dapat dijelaskan oleh *Adjusted R Square* sebesar 0,074 dalam artian bahwa CSR dapat menjelaskan EPS sebesar 7,4% dapat dijelaskan oleh CSR sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

Hubungan yang positif antara CSR dan EPS menunjukkan bahwa Investor dalam menginvestasikan modalnya akan mempertimbangkan kegiatan CSR perusahaan sebagai salah satu bentuk kepedulian sosial. Semakin tinggi pengaruh perusahaan di mata masyarakat semakin tinggi pula *Image* yang akan di timbulkan oleh masyarakat tersebut, dengan meningkatnya popularitas perusahaan tentunya akan berdampak lebih untuk produk-produk yang akan di perjual belikan di pasaran, semakin tinggi penjualan maka akan meningkatkan laba perusahaan dan tentunya jika laba perusahaan meningkat akan berdampak pada nilai keuntungan yang terkandung didalam tiap lembar saham yang akan di terima oleh para investor, dengan demikian semakin baik perusahaan dalam mengolah aktivitas CSR maka semakin meningkat pula laba yang akan dihasilkan, laba yang tinggi akan berdampak juga pada meningkatnya keuntungan yang terdapat pada setiap lembar saham yang di pasarkan oleh perusahaan sehingga dapat mengundang para investor untuk segera berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dengan demikian hipotesis yang ke 4 yang akan di rumuskan ialah :

H4 : *Corporate Social Responsibility* Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap *Earning Per Share* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia