

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Keuangan

2.1.1.1. Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan bagian yang sangat penting bagi perusahaan. Menurut (Fahmi, 2014) Manajemen keuangan merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencairan dan penyimpanan dana dengan tujuan untuk memberikan keuntungan bagi perusahaan dan menjamin keberlanjutan perusahaan dimasa mendatang. Manajemen keuangan tidak hanya mengatur dan mengambil keputusan dalam segala aktifitas yang berhubungan dengan pengalokasian dana, tetapi juga mencakup bagaimana cara mengelola dan menggunakan dana tersebut secara efektif dan efisien.

"financial management is that activity of management wich is concerned with the planing, producing, and controlling of the firm's financial resources".

"Manajemen keuangan adalah bahwa kegiatan manajemen yang berkaitan dengan perencanaan, produksi, dan pengawasan dari sumber daya keuangan perusahaan".

http://en.m.wikipedia.org/wiki/Financial_management

“financial management is a vital activity in any organization. It is the process of planning, organizing, controlling, and monitoring financial resources with a view to achieve organizational goal and objectives. It is an ideal practice for controlling the financial activities of an organization such as procurement of funds, utilization of funds, accounting, payments, risk assessment and every other thing related to money”.

"manajemen keuangan adalah kegiatan penting dalam organisasi. Ini adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pemantauan sumber daya keuangan dengan maksud untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi. Ini adalah praktik yang ideal untuk mengendalikan kegiatan keuangan dari suatu organisasi seperti pengadaan dana, penggunaan dana, akuntansi, pembayaran, penilaian risiko dan setiap hal lain yang berkaitan dengan uang”.

www3.fundsforngos.org/financial-management/2-what-is-financial-management/.

2.1.1.2. Fungsi Manajemen Keuangan

Menurut (Martono & Harjito, 2010) ada tiga fungsi utama manajemen keuangan yaitu :

A. Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah keputusan terhadap aktiva apa yang akan dikelola perusahaan, sehingga menjadi keputusan yang sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap rentabilitas investasi dan aliran kas di masa yang akan datang.

B. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan merupakan keputusan mengenai penetapan sumber dana yang diperlukan untuk membiayai investasi berupa hutang jangka pendek, hutang jangka panjang dan modal sendiri. Selain itu keputusan pendanaan digunakan sebagai penetapan perimbangan pembiayaan yang baik atau disebut struktur modal optimum. Struktur modal optimum merupakan perimbangan hutang jangka panjang dan modal sendiri dengan biaya modal rata-rata minimum.

C. Keputusan Deviden

Keputusan deviden adalah keputusan yang menyangkut masalah penentuan besarnya presentase labayang akan dibayarkan kepada para pemegang saham sebagai deviden tunai, stabilitas pembayaran saham dan pembelian saham kembali.

2.1.1.3. Analisis Rasio Keuangan Sebagai Ukuran Kinerja Keuangan


A. Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan melaksanakan kegiatan keuangan secara baik dan benar sesuai dengan aturan yang telah memenuhi standar dan ketentuan dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan), Fahmi (2012). Jumingan, (2006) dalam (Yudharma, Nugrahanti, & Kristanto, 2016) menyatakan bahwa, kinerja keuangan dapat diartikan sebagai gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu menyangkut aspek penghimpun dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas.

“Financial performance is a subjective measure of how well a firm can use assets from its primary mode of business and generate revenues. This term is also used as a general measure of a firm's overall financial health over a given period of time, and can be used to compare similar firms across the same industry or to compare industries or sectors in aggregation”.

“Kinerja keuangan adalah ukuran subjektif dari seberapa baik perusahaan dapat menggunakan aset dari mode bisnis utamanya dan menghasilkan pendapatan. Istilah ini juga digunakan sebagai ukuran umum kesehatan keuangan perusahaan secara keseluruhan selama periode waktu tertentu, dan dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan serupa di industri yang sama atau untuk membandingkan industri atau sektor secara agregasi”.

<https://www.investopedia.com/terms/f/financialperformance.asp>



“Financial Performance in broader sense refers to the degree to which financial objectives has been accomplished and is an important aspect of finance risk management. It is the process of measuring the results of a firm's policies and operations in monetary terms. It is used to measure firm's overall financial health over a given period of time and can also be used to compare similar firms across the same industry or to compare industries or sectors in aggregation”.

“Kinerja Keuangan dalam arti luas mengacu pada sejauh mana tujuan keuangan telah atau telah selesai dan merupakan aspek penting dalam pengelolaan risiko keuangan. Ini adalah proses untuk mengukur hasil

kebijakan dan operasi perusahaan dalam hal moneter. Ini digunakan untuk mengukur kesehatan keuangan perusahaan secara keseluruhan selama periode waktu tertentu dan juga dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan sejenis di industri yang sama atau untuk membandingkan industri atau sektor secara agregasi”.

<https://www.simplilearn.com/financial-performance-rar21-article>

(Fahmi, 2012) berpendapat, ada 5 tahapan dalam menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan yaitu:

- a. Melakukan review terhadap data laporan keuangan.
- b. Melakukan perhitungan.
- c. Melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan yang telah diperoleh.
- d. Melakukan penafsiran terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.
- e. Mencari dan memberikan pemecahan masalah terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.

Setelah ditemukan berbagai permasalahan yang dihadapi maka dicarikaan solusi guna memberikan input atau masukan agar apa saja yang menjadi kendala dan hambatan dapat diselesaikan.

B. Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan

Secara umum, kinerja keuangan dapat diukur dengan 4 jenis rasio yaitu rasio likuiditas, rasio aktifitas, rasio *leverage finansial* dan rasio profitabilitas. Dalam penelitian ini rasio yang digunakan adalah rasio profitabilitas (ROA). *Return on asset* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan, serta untuk mengukur suatu efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya (Kasmir, 2015). Hartono (2006: 99) dalam (Rosalina, Yuniarta, & Darmawan, 2014) *Return on asset* mencerminkan keuntungan yang diperoleh perusahaan tanpa mempermasalahkan darimana sumber modal dan menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam melaksanakan operasinya.

“The return on assets (ROA) shows the percentage of how profitable a company's assets are in generating revenue”.

“Return on assets (ROA) menunjukkan persentase seberapa menguntungkan aset perusahaan dalam menghasilkan pendapatan”. https://en.wikipedia.org/wiki/Return_on_assets

“Return on assets (ROA) is a financial ratio that shows the percentage of profit a company earns in relation to its overall resources. It is commonly defined as net income divided by total assets. Net income is derived from the income statement of the company and is the profit after taxes”.

“Return on assets (ROA) adalah rasio keuangan yang menunjukkan persentase keuntungan yang diperoleh perusahaan sehubungan dengan keseluruhan sumber dayanya. Hal ini umumnya didefinisikan sebagai laba bersih dibagi dengan total aset”. (Return on Assets (ROA) - Encyclopedia - Business Terms | Inc.com).

Return on assets adalah salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki, Husnan (2013: 14) dalam (Rosalina, Yuniarta, & Darmawan, 2014). Naiknya nilai ROA akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar dan akan berdampak pada harga saham dari perusahaan tersebut yang ikut meningkat (Prastowo & Julianti, 2002). *Return On Asset* dapat di hitung dengan rumus (Maroto & Harjito, 2010):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

2.1.2. Corporate Social Responsibility

2.1.2.1. Pengertian CSR

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bentuk kepedulian perusahaan terhadap pemegang saham dan semua pihak diluar perusahaan misalnya pemerintah,

lingkungan, lembaga swadaya masyarakat dan lain sebagainya berupa laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) yang berkaitan tentang masalah sosial, lingkungan, dan keuangan.

Johnson and Johnson 2006 dalam Hadi (2014) mendefinisikan, “*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business process to produce an overall positive impact on society*”.

Johnson dan Johnson 2006 dalam Hadi (2014) mendefinisikan, “Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan keseluruhan dampak positif pada masyarakat”.

Lord Holme and Richard Watts 2006 dalam Hadi (2014) mendefinisikan, “*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the equality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”.

Lord Holme dan Richard Watts 2006 dalam Hadi (2014) mendefinisikan, “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen terus-menerus dari bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi seraya meningkatkan kesetaraan kehidupan tenaga kerja dan keluarga

mereka serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya”.

Perkembangan *corporate social responsibility* yang dikemukakan oleh John Elkington (1997) dalam Hadi (2014) menyatakan bahwa konsep *triple bottom line* yaitu sebuah konsep keberlanjutan dari konsep *sustainable development*. Konsep *triple bottom line* adalah lanjutan dari konsep *sustainable development* yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggung jawab, baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder*. Setiap perusahaan harus memperhatikan 3P yaitu *profit* (keuntungan), *people* (orang/masyarakat) serta *planet* (lingkungan).

a. *Profit*

Merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan *mainstream* ekonomi yang dijadikan pijakan filosofi operasional perusahaan, *profit* merupakan orientasi utama perusahaan. Hal-hal yang bisa dilakukan untuk mendukung kemampuan menciptakan keuntungan diantaranya: (a) Peningkatan kesejahteraan personil dalam perusahaan; (b) meningkatkan kesejahteraan pemilik (*shareholder*); (c) peningkatan kontribusi bagi masyarakat lewat pembayaran pajak; (d) melakukan

ekspansi usaha dan kapasitas produksi membutuhkan sumberdana.

b. *People*

Merupakan lingkungan masyarakat (*community*) dimana perusahaan berada. Mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, *community* memiliki interelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu menjalankan operasi secara *survive* tanpa didukung masyarakat sekitar. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan mendekati diri dengan masyarakat lewat strategi *social responsibility*.

c. *Planet*

Merupakan lingkungan fisik (sumberdaya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadapistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat.

2.1.2.2. Manfaat CSR

Ambadar (2008) dalam (Yudharma, Nugrahanti, & Kristanto, 2016) menyebutkan ada 4 manfaat yang dihasilkan dari pengungkapan CSR, yaitu (a) perusahaan akan terhindar dari reputasi negatif atau nilai yang buruk dari masyarakat, (b) perusahaan memiliki kerangka kerja etis yang mampu menghadapi masalah sosial dan lingkungan, (c) perusahaan mendapatkan rasa hormat dari kelompok yang membutuhkan eksistensi perusahaan, (d) perusahaan akan aman dari gangguan lingkungan sekitar, sehingga dapat beroperasi dengan lancar.

2.1.2.3. Prinsip-prinsip CSR

Tanggungjawab sosial mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks serta interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku (*stakeholder*). Maka dari itu, Crowther Davit (2008) dalam (Hadi, 2014) menguraikan prinsip-prinsip tanggungjawab sosial menjadi tiga, yaitu:

- a. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya yang ada saat ini serta tetap

memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.

- b. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan.

Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.

Konsep ini menjelaskan pengaruh kualitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal.

Akuntabilitas dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

- c. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan beserta dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan salah satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi mengenai pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.1.2.4. Pengungkapan CSR

pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dilakukan dengan cara membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah

indikator pengungkapan. Indikator tersebut mengacu pada indikator *Global Reporting Initiative*(GRI) sebagai dasar dari *sustainability reporting*. *Global Reporting Initiaves* (GRI) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah melopori perkembangan dunia paling banyak menggunakan laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia. (www.globalreporting.org).

Pengungkapan CSR terdiri dari beberapa indikator yaitu indikator ekonomi, indikator lingkungan, indikator masyarakat / sosial, indikator tenaga kerja, dan indikator produk.

- a. Indikator ekonomi, meliputi aspek kinerja ekonomi; keberadaan pasar dan dampak ekonomi tidak langsung.
- b. Indikator lingkungan, meliputi aspek material; energi; air; keragaman hayati; emisi, effluent dan limbah; produk dan jasa; kepatuhan; transportasi dan aspek keseluruhan.
- c. Indikator tenaga kerja, meliputi aspek pekerja; hubungan tenaga kerja / manajemen; keselamatan dan kesehatan kerja; pendidikan dan pelatihan; keberagaman dan kesempatan setara.
- d. Indikator hak asasi manusia meliputi aspek praktek investasi dan pengandaan; non-diskriminasi; kebebasan

berserikat dan berkumpul untuk berunding; pekerja anak; kerja paksa dan kerja wajib; praktek / tindakan pengamanan dan hak penduduk asli.

e. Indikator sosial / masyarakat, meliputi aspek kemasytrakatan; kebijakan mengenai korupsi; kebijakan umum / publik; perilaku anti persaingan dan aspek kesesuaian.

f. Indiikator produk, meliputi aspek keselamatan dan kesehatan konsumen; *labeling* produk dan jasa; komunikasi pemasaran; privasi konsumen dan aspek kesesuaian.

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan sebanyak 6 indikator dengan sub-indikator mencapai 79 item terdiri dari indikator ekonomi yang terdiri dari 9 item, indikator lingkungan yang terdiri dari 30 item, indikator tenaga kerja yang terdiri dari 14 item, indikator hak asasi manusia yang terdiri dari 9 item, indikator masyarakat / sosial yang terdiri dari 8 item dan indikator produk yang terdiri dari 9 item.

2.1.2.5. Pengukuran CSR

Corporate social responsibility dapat diukur dengan menggunakan variabel *dummy* yaitu;

Score 0 : jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar indikator pengungkapan.

Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar indikator pengungkapan.

Perhitungan *corporate social responsibility* menurut (Gantino,2016) sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Dimana :

CSRDI_j : indeks pengukuran CSR perusahaan

X_{ij} : jumlah item yang dipengaruhi
(1=diungkapkan, 0=tidak diungkapkan)

N_j : total item pengungkapan CSR (79)

2.1.2.6. Syarat Perusahaan yang Wajib Mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*

Menurut pasal 74 UUPT pada dasarnya mengatur mengenai hal-hal berikut ini:

- a. Tanggung jawab sosial dan lingkungan ini wajib untuk perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Maksud dari “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam”

adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan yang dimaksud dengan ”perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam”

adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumberdaya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumberdaya alam.

- b. Tanggung jawab sosial dan lingkungan ini merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepayuhan dan kewajaran.
- c. Mengenai sanksi dikatakan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.1.3. Legitimacy Theory (Teori Legitimasi)

Menurut Hadi (2014) legitimasi merupakan keadaan dimana individu atau kelompok yang sangat peduli terhadap tanda-tanda kerusakan lingkungan baik secara fisik ataupun non fisik. Deegan 2002 dalam (Hadi, 2014) menyatakan, *“Legitimacy theory is a system oriented perspective, the entity is assumed to influenced by, and in turn to have influence upon, the society in which it operates. Corporate disclouser are considered to represent one important means by witch management can influence external perceptions about organitation”*.

Deegan 2002 dalam (Hadi, 2014) menyatakan, Legitimasi teori adalah suatu perspektif yang berorientasi pada sistem, entitas

diasumsikan dipengaruhi oleh, dan pada gilirannya memiliki pengaruh atas, masyarakat di mana ia beroperasi. Diskriminasi perusahaan dianggap mewakili satu cara penting oleh manajemen penyihir dapat mempengaruhi persepsi eksternal tentang organisasi”.

Limbdolm 1994 dalam(Hadi, 2014)berpendapat, *“Legitimacy is dynamic in that the relevant public continuously evaluate corporate output, methods, and goals against an ever-evolving expencation. The legitimacy gap will fluctuate without any changes in action on the part of the corporate. Indeed, as expectations of the relevant publics change the corporate must make changes or the legitimacy gap will grow as the level of conflict increases and the levels of positive and passive supportt decreases”*.

“Limbdolm 1994 dalam (Hadi, 2014) berpendapat, “Legitimasi itu dinamis karena publik yang relevan secara terus-menerus mengevaluasi output, metode, dan sasaran perusahaan terhadap pengeluaran yang terus berevolusi. Kesenjangan legitimasi akan berfluktuasi tanpa ada perubahan dalam tindakan di pihak perusahaan. Memang, sebagaimana harapan publik yang relevan mengubah perusahaan harus membuat perubahan atau kesenjangan legitimasi akan tumbuh ketika tingkat konflik meningkat dan tingkat dukungan positif dan pasif menurun”.

Hadi(2014) mengemukakan bahwa, legitimasi telah mengalami pergeseran seiring dengan pola fikir masyarakat serta keadaan

lingkungan yang ikut mempengaruhi perubahan baik dari segi produk, metode ataupun tujuan perusahaan. Wartick dan Mahon 1994 dalam (Hadi, 2014) menyatakan bahwa *legitimacy gap (incongruent)* dapat terjadi karena beberapa faktor yaitu: (a) ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah; (b) kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap masyarakat telah berubah; (c) kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah ke arah yang berbeda, atau kearah yang sama tetapi waktunya berbeda.

2.1.4. Stakeholder Theory

Stakeholder adalah semua pihak dari internal maupun eksternal yang memiliki keterikatan dengan perusahaan baik yang bersifat langsung ataupun tidak langsung dan yang bersifat mempengaruhi ataupun dipengaruhi. Hummels (1998) dalam Hadi (2014) berpendapat, “*Stakeholder are individuals and groups who have legitimate claim on the organization to participate in the decision making process simply because they are affected by the organisation’s practices, policies and actions*”.

Hummels (1998) dalam Hadi (2014) berpendapat, “Stakeholder adalah individu dan kelompok yang memiliki klaim yang sah terhadap organisasi untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan hanya karena mereka dipengaruhi oleh praktik, kebijakan, dan tindakan organisasi”.

Batasan *stakeholder* diatas mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung ataupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*, Hadi(2014).

Jones, Thomas dan Andrew 1999 dalam Hadi (2014) menyatakan bahwa hakikatnya *stakeholder theory* didasari pada asumsi antara lain: (a) *the corporation has relationship with many constituency groups (stakeholder) that effect affected by its decisions (Freeman,1984)*; (b) *the theory is concerned with nature of these relationship in terns of both process and outcomes for the firm and its stakeholder ; (c) the interests of all (legitimate) stakeholder have intrinsic value, and no set of interest is assumed to dominate the other (Clakson, 1995)*; (d) *the theory focuses on managerial decision making (Donaldson & Preston, 1995)*.

Jones, Thomas dan Andrew 1999 dalam Hadi (2014) menyatakan bahwa hakikatnya teori stakeholder didasari pada asumsi:

- (a) perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok konstituen (stakeholder) yang dipengaruhi oleh keputusannya (Freeman, 1984);
- (B) teori ini berkaitan dengan sifat hubungan ini di terns dari kedua proses dan hasil untuk perusahaan dan pemangku kepentingannya; (C)

kepentingan semua (sah) pemangku kepentingan memiliki nilai intrinsik, dan tidak ada bunga yang dianggap mendominasi yang lain (Clakson, 1995); (D) teori berfokus pada pengambilan keputusan manajerial (Donaldson & Preston, 1995).

Berdasarkan asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendukungnya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* Adam.C.H, 2002 dalam Hadi (2014). Esensi teori *stakeholder* diatas, jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat. Dengan demikian, perusahaan harus menjaga reputasi dengannya cara memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan, yang dahulu hanya diukur dengan *economi measurement* yang cenderung *stakeholder orientation* Hadi (2014).

Teori *stakeholder* memberikan pandangan jika perusahaan memanfaatkan seluruh potensi perusahaan baik karyaran (*human capital*), aset fisik (*capital employed*) serta *structural capital*, maka *value added* bagi perusahaan akan tercipta. Sehingga dengan *valure*

added yang digunakan sebagai pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjelaskan kekuatan teori *stakeholder* yang berkaitan dengan kinerja perusahaan (Faradina dan Gayatri, 2016).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut sangat berguna yang dijadikan sebagai acuan dan informasi bagi penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil
1	Rilla Gantino	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014	(a) Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROE. (b) Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. (c) Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ROA.
2	Aditya Satya Yudharma Yeterina Widi Nugrahanti Ari Budi Kristanto	Pengaruh Biaya <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya kesejahteraan karyawan (<i>welfare cost</i>) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA) dan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Sedangkan biaya untuk komunitas (<i>donation</i>) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA) maupun nilai perusahaan (Tobin's Q).
3	Kadek Rosiliana,	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap	(1) CSR berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap ROE (2) CSR

	Gede Adi Yuniarta, Nyoman Ari Surya Darmawan	Kinerja Keuangan Perusahaan	berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA (3) CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROS .
4	I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Hasil pengujian hipoteses menunjukkan bahwa H ₁ hanya berpengaruh secara parsial terhadap ATO yaitu aspek CSR sosial. Hasil pengujian H ₂ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara pengungkapan CSR secara parsial atau simulat terhadap kinerja jangka panjang perusahaan. Hasil pengujian H ₃ terdapat hubungan positif antara pengungkapan CSR terhadap kinerja total perusahaan yang diukur dengan <i>total performance</i> yaitu menambahkan semua kinerja jangka pendek dan panjang.
5	Winnie Eveline Parengkuan	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Hasil menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ROA.

Sumber : diringkas dari jurnal

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam, seperti Parengkuan (2017) yang meneliti pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on asset*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gantino (2016) yang meneliti Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2008-2014. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan

terhadap ROA. Hasil penelitian serupa juga dikemukakan Rosalina, Yuniarta, & Darmawan, (2014) yang meneliti pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan hasil penelitian tersebut adalah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

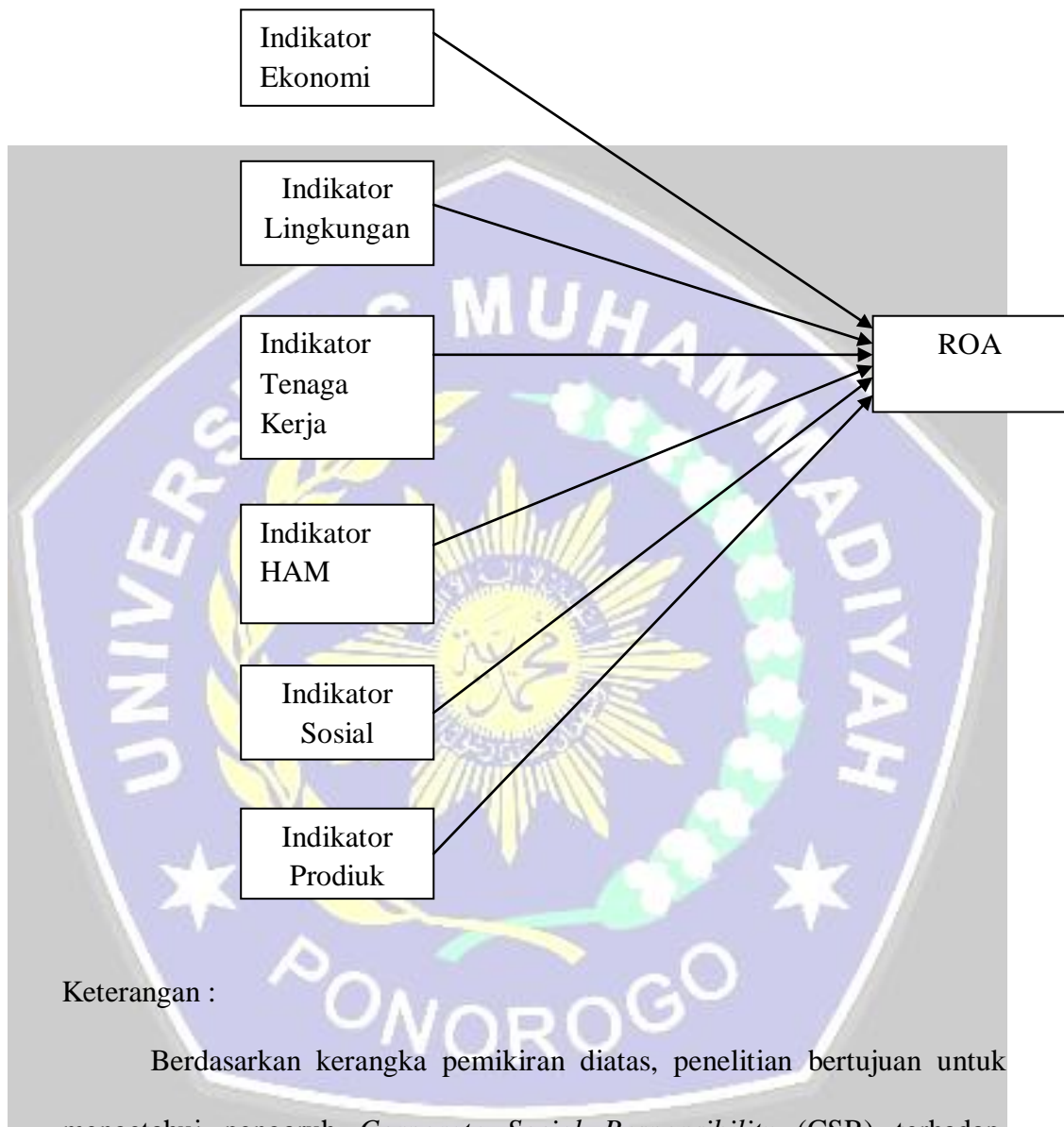
2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka disusun kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antara *corporate social responsibility* sebagai variabel independen dan kinerja keuangan sebagai variabel dependen yang akan diuji. Kerangka pemikiran disusun untuk mempermudah memahami hipotesis dalam penelitian. Maka dapat digambarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut



Gambar 2.1

Model kerangka pemikiran



Keterangan :

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap, *Return On Asset* (ROA). Pengungkapan CSR diwakili oleh 6 indikator yaitu indikator ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat atau sosial, serta produk.

2.4. Hipotesis

2.4.1. Pengaruh indikator ekonomi dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*.

Indikator ekonomi merupakan aspek yang selalu dikaitkan dengan keuangan perusahaan namun pada kenyataannya aspek ekonomi tidak hanya melaporkan keuangan/neraca perusahaan saja, tetapi juga mencakup dampak ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap operasional perusahaan di komunitas lokal dan di pihak-pihak yang berpengaruh terhadap perusahaan lainnya (Aryawan, Rahyuda, & Ekawati, 2017). Dalam penelitian ini penulis mencoba mengungkapkan apakah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sehingga disimpulkan :

H₀₁ : “Tidak Terdapat pengaruh positif signifikan antara indikator ekonomi dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*”.

H_{a1} : “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara indikator ekonomi dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*”.

2.4.2. Pengaruh indikator lingkungan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*.

Indikator lingkungan merupakan kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan

produktivitas tergantung pada sumber daya yang tersedia, dan penurunan praktik yang dapat berdampak negatif terhadap negara dan ketersediaan sumberdaya generasi berikutnya. Perusahaan harus menyadari semua aspek lingkungan langsung dan tidak langsung yang berhubungan dengan kinerja usahanya, penyerahan jasa, dan manufaktur produk, Mardikanto (2014:149) dalam (Aryawan, Rahyuda, & Ekawati, 2017). Perusahaan wajib melakukan proses pemulihan dan rehabilitasi atas kerusakan lingkungan yang timbul akibat kegiatan proses produksi. Dengan memperhatikan keadaan lingkungan sekitar, secara tidak langsung akan memberikan efek atau pandangan baik dari masyarakat kepada perusahaan (Alfian & Rohman, 2013). Efek jangka panjang yang diakibatkan dari pengungkapan CSR adalah meningkatnya kepercayaan masyarakat atas produk yang dihasilkan sehingga profitabilitas akan meningkat pula. Dalam penelitian ini penulis mencoba mengungkapkan apakah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat disimpulkan :

H₀₂: “Tidak Terdapat pengaruh positif signifikan antara indikator lingkungan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)”.

H_{a2} : “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara indikator lingkungan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)”.

2.4.3. Pengaruh indikator tenaga kerja dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*.

Sasaran dari konsep CSR yang harus dilakukan salah satunya adalah kepada tenaga kerja perusahaan itu sendiri. Karena kegiatan operasi suatu perusahaan tidak bisa terlepas dari peranan para tenaga kerjanya. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan perhatian kepada para tenaga kerjanya. Sebagai bentuk perhatian perusahaan terhadap tenaga kerjanya, maka perusahaan harus menerapkan CSR kepada tenaga kerjanya (Alfian & Rohman, 2013). Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerja yaitu kewajiban perusahaan yang harus memenuhi hak-hak tenaga kerja seperti aspek pekerja, aspek kesehatan dan keselamatan kerja, aspek tenaga kerja / hubungan manajemen, aspek pelatihan dan pendidikan serta aspek keberagaman dan kesempatan setara. Dalam penelitian ini penulis mencoba mengungkap apakah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat disimpulkan:

H₀₃: "Tidak Terdapat pengaruh positif signifikan antara indikator tenaga kerja dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*".

H_{a3} : "Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara indikator tenaga kerja dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*".

2.4.4. Pengaruh indikator hak asasi manusia dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*.

Konsep CSR indikator Hak Asasi Manusia akan tidak jauh berbeda dengan konsep CSR yang indikator tenaga kerja. Sama seperti halnya CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerjanya, maka konsep CSR yang dihubungkan dengan Hak Asasi Manusia akan ditunjukkan pada internal perusahaan (Nick Doren, 2011) dalam (Alfian & Rohman, 2013). Apabila di dalam praktek operasi perusahaan nilai-nilai HAM dijunjung tinggi maka akan menimbulkan suasana atau kondisi kerja yang lebih kondusif daripada perusahaan yang kurang memperhatikan nilai-nilai HAM di dalam operasinya (Alfian & Rohman, 2013). Indikator hak asasi manusia diantaranya aspek praktek investasi dan pengandaan; non-diskriminasi; kebebasan berserikat dan berkumpul untuk berunding; pekerja anak; kerja paksa dan kerja wajib; praktek / tindakan pengamanan dan hak penduduk asli. Dalam penelitian ini penulis mencoba mengungkapkan apakah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat disimpulkan :

H₀₄ : “Tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara indikator hak asasi manusia dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Asset (ROA)*”.

H_{a4} : ”Terdapat pengaruh positif signifikan antara indikator hak asasi manusia dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)”.

2.4.5. Pengaruh indikator masyarakat / sosial dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA).

Dalam prakteknya, perusahaan juga harus mengetahui kondisi terjadi di dalam lingkungan sosial masyarakat itu sendiri. Karena apa yang terjadi di dalam lingkungan masyarakat juga akan menentukan nasib perusahaan itu sendiri. Posisi masyarakat yang mempunyai peran vital bagi perusahaan sebagai salah satu stakeholder perusahaan yaitu konsumen akan menjadi faktor penentu kelangsungan perusahaan (Siti A, 2011) dalam (Alfian & Rohman, 2013). Indikator masyarakat / sosial antara lain aspek kemasytrakatan; kebijakan mengenai korupsi; kebijakan umum / publik; perilaku anti persaingan dan aspek kesesuaian. Dengan timbulnya loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan, maka penjualan produk yang dilakukan juga akan meningkat. Karena CSR yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung menjadi media promosi bagi perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Dengan tingkat penjualan produk yang tinggi maka rentabilitas perusahaan juga akan meningkat (Alfian & Rohman, 2013). Dalam penelitian ini penulis

mencoba mengungkapkan apakah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat disimpulkan :

H₀₅:“Tidak Terdapat pengaruh positif signifikan antara indikator masyarakat / sosial dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)”.

H_{a5} : “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara indikator masyarakat / sosial dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)”.

2.4.6. Pengaruh indikator produk dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA).

Isu mengenai masalah produk juga harus menjadi perhatian bagi perusahaan. Karena produk merupakan cerminan dan output dari perusahaan. Perhatian terhadap produk dapat dilakukan perusahaan dengan menjaga keamanan serta kualitas produk itu sendiri. Perhatian terhadap produk dimulai dari proses produksi hingga produk tersebut dikonsumsi oleh masyarakat. Produk yang terjaga keamanan dan kualitasnya akan lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat. Melalui CSR perusahaan dapat menjaga dan mengontrol produk yang sudah dihasilkannya (Alfian & Rohman, 2013). Indikator produk dapat

diartikan sebagai indikator yang mencerminkan pengetahuan perusahaan mengenai produk mereka dan juga tanggung jawab perusahaan mengenai produk yang mereka produksi, termasuk tentang tanggung jawab terhadap produk, kesehatan dan keselamatan pangan,

pemasangan lebel bagi produk dan jasa, komunikasi pemasaran, keleluasaan pribadi pelanggan serta kepatuhan. Dalam penelitian ini penulis mencoba mengungkapkan apakah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat disimpulkan :

H₀₆: “Tidak Terdapat pengaruh positif signifikan antara indikator produk dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)”.

H_{a6} : “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara indikator produk pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return On Asset* (ROA)”.



