

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Legitimacy Theory

Legitimasi masyarakat adalah salah satu faktor strategis untuk perusahaan dalam menjaga keberlangsungan perusahaan kedepannya. Legitimasi merupakan keadaan intelektual atau psikologis berpihaknya masyarakat atau kelompok yang sangat peka terhadap lingkungan sekitarnya baik secara langsung dan tidak langsung. Adanya definisi legitimasi tersebut menyatakan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan dalam perusahaan yang berfokus pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Dengan itu, dalam sistem yang mendahulukan kepentingan kepada masyarakat, operasi harus sesuai dengan harapan masyarakat (Hadi, 2011).

Menurut Gray et al. (1995) Mendefinisikan teori legitimasi adalah sebagai sistem pengelolaan yang berfokus kepada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Sedangkan menurut Guthrie & Parker (1989), teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan menjalankan aktivitasnya di tengah masyarakat melalui kontrak sosial yang mana menandakan adanya persetujuan bahwa perusahaan akan melaksanakan segala kegiatan yang diinginkan secara sosial dengan tujuan untuk memperoleh persetujuan, penghargaan dan keberlangsungan dari masyarakat. Teori legitimasi dilatarbelakangi yaitu adanya kontak sosial, namun kontrak sosial juga bisa membahayakan apabila terjadi ketidak selarasan (N. Lestari & Lelyta, 2019).

2.1.2 Signaling Theory

Signaling theory atau teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi laporan kepada pihak eksternal atau pihak luar. Adanya dorongan tersebut perusahaan memberikan informasi dikarenakan terdapat tidak asimetri informasi antara perusahaan dan pihak eksternal karena perusahaan banyak mengetahui mengenai perusahaan dan tujuan yang akan datang dari pada pihak eksternal investor dan kreditor. Dikarenakan kurangnya informasi bagi pihak eksternal mengenai kondisi perusahaan menyebabkan pihak

luar melindungi diri dengan memberikan harga yang rendah bagi perusahaan. Cara perusahaan untuk mengurangi informasi asimetris atau tidak simetris adalah perusahaan memberikan sinyal kepada pihak eksternal, dengan memberikan berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi keraguan mengenai tujuan perusahaan yang akan datang yang mana terdapat dalam laporan tahunan perusahaan (Mustafa dan Handayani, 2014).

Spance (1973) dalam Lavanda De. S dan Meiden (2022) mengatakan bahwa teori sinyal melibatkan dua pihak yaitu pihak internal selaku sebagai manajemen yang memberikan sinyal dan pihak luar atau eksternal sebagai investor yang menerima sinyal tersebut. Signaling theory dibangun karena timbulnya informasi asimetris (*asymmetric information*) antara stakeholder dengan keunggulan informasi manajerial (Kariman, 2015). Adanya konsep teori sinyal mengungkapkan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada investor dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan yang dilakukan perusahaan tidak hanya mengenai informasi keuangan yang diwajibkan, perusahaan juga mengungkapkan adanya sifat sukarela.

2.1.3 Teori stakeholder

Teori *stakeholder* atau teori pemangku kepentingan adalah teori dalam manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas mengenai moral dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi. Teori stakeholder menetapkan bahwa semua pemangku kepentingan memiliki hak yang sama dalam memahami keadaan perusahaan. Dimana tidak ada perbedaan antara satu pemegang saham dengan pemegang saham yang lainnya untuk memperoleh informasi dalam perusahaan. bahwa perusahaan perlu menjaga legitimasi pemegang saham serta menerapkannya dalam rangka membuat kebijakan dan pengambil keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan (Hadi, 2011) dalam Deni Purnamaningsih (2018). Sedangkan menurut Lindawati dan Puspita (2015), teori stakeholder merupakan sebuah teori yang menyatakan bahwa keberlangsungan sebuah perusahaan tidak terlepas dari peran stakeholder baik secara internal maupun eksternal yang mana stakeholder memiliki latar belakang kepentingan yang berbeda-beda.

Teori pemangku adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas mengenai moral dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi. Teori pemangku kepentingan memiliki hak yang sama untuk memahami situasi perusahaan. Artinya tidak ada satu pemegang saham yang lebih penting dari yang lain untuk memperoleh informasi. Kepentingan menyatakan bahwa karyawan, konsumen, pemilik modal dan masyarakat, lembaga pemerintahan, kelompok politik serta asosiasi perdagangan dan serikat pekerja dianggap sebagai pemangku kepentingan. Pesaing lain dianggap sebagai pemangku kepentingan, yang mana status mereka dan keberadaan mereka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perusahaan dan kepentingannya (Noviart & Edryani, 2021). Teori pemangku kepentingan lainnya menyatakan perusahaan bukanlah sebuah entitas yang menjalankan bisnis untuk dirinya sendiri, tetapi perusahaan harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan yang terhubung atau dipengaruhi oleh keberadaan perusahaan.

2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bentuk tanggung jawab yang akan disampaikan oleh perusahaan kepada para stakeholder, sehingga para stakeholder akan memperoleh informasi dan dapat menilai bagaimana nilai dari suatu perusahaan dari laporan yang diungkapkan mengenai dampak ekonomi, sosial dan lingkungan (Lindawati & Puspita, 2015). Berdasarkan pernyataan (Sari, 2016), *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah program wajib yang harus dimiliki setiap perusahaan dalam menentukan pertanggungjawaban yang mereka miliki tidak hanya dari segi keuangan dan laporan, tapi juga tanggung jawab terhadap lingkungan dan alam sekitar tempat tempat perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial atau CSR merupakan salah satu tahap bagi sebuah organisasi atau perusahaan secara sukarela untuk memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan operasi perusahaan dan interaksi dengan pemegang saham, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

John Elkington dalam Ahmad Husna (2013) menyatakan bahwa mengembangkan adanya konsep triple bottom line dalam istilah economic property,

environmental quality dan sosial justice. Perusahaan yang ingin berkeberlanjutan harus memperhatikan “3P”. Perusahaan harus mampu memenuhi mengenai kesejahteraan masyarakat (people), perusahaan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet), serta mendapatkan keuntungan (profit). Triple-p bottom line (3P) sebagai berikut :

1. Profit (Keuntungan)

Profit didefinisikan sebagai tambahan pendapatan yang digunakan untuk menjamin kelangsungan perusahaan. Aktivitas yang dapat untuk mendapatkan profit yaitu dengan perusahaan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai kelebihan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan semaksimal mungkin. Peningkatan kegiatan produktivitas dilakukan dengan memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurai kegiatan yang efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan, dan menggunakan material dan biaya sehemat mungkin.

2. People (Manusia)

Masyarakat adalah stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat diperlukan untuk keberadaan, kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Masyarakat menjadi salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan. Jika perusahaan ingin tetap diterima dan bertahan, maka perusahaan perlu memiliki komitmen untuk berupaya memberikan manfaat kepada masyarakat.

3. Planet

Lingkungan merupakan hal yang berkaitan dengan seluruh bidang kehidupan. Kegiatan yang manusia lakukan berhubungan langsung dengan lingkungan. Lingkungan dapat saja menjadi teman atau musuh manusia bergantung bagaimana masyarakat memperlakukan lingkungan. Hubungan manusia dengan lingkungan merupakan hubungan sebab akibat, bagaimana perlakuan masyarakat dengan lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada masyarakat. Hal lain dapat terjadi juga, jika lingkungan dirusak, maka akan mendapat akibatnya.

2.1.5 Corporate Social Responsibility Index (CSRI)

Pengukuran pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dapat diukur melalui Corporate Social Responsibility Index (CSRI). Pengukuran yang dilakukan pada Corporate Social Responsibility (CSR) dilakukan dengan menilai setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan keberlanjutan. Adanya pengungkapan CSR yang sesuai dengan standar pedoman pelaporan (Global Reporting Initiative (GRI) yang terdiri dari 3 kategori yang meliputi kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Dari masing-masing item dari ketiga kategori tersebut 9, 34, dan 48. Dimana masing-masing dari kategori tersebut dinilai 1 jika diungkapkan dan dinilai 0 apabila tidak diungkapkan. Nilai dari setiap item akan dijumlahkan untuk mendapatkan nilai CSR secara keseluruhan dari suatu perusahaan dan dibandingkan dengan pedoman standar pelaporan GRI G4 per kategorinya masing-masing. Sehingga diperoleh CSRI untuk kategori kinerja ekonomi, CSRI untuk kinerja lingkungan CSRI untuk kinerja sosial.

2.1.6 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah sebagai penentu ukuran-ukuran tertentu yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam sebuah perusahaan untuk mengukur kinerja keuangan perlu dikaitkan juga antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban. Kinerja keuangan adalah suatu gambaran mengenai kondisi keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan disuatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu (Ratnigsih, 2017).

Kinerja keuangan didalam sebuah perusahaan dapat dinilai dengan analisis. Berdasarkan teknisnya, analisis keuangan dapat dibedakan menjadi 8, yaitu (Jumingan, 2006) dalam (Sarwanto, 2021):

- a. Analisis Perbandingan Laporan Keuangan, merupakan teknik analisis yang dilakukan dengan membuat perbandingan laporan keuangan dua periode atau lebih dengan menunjukkan perubahan, baik berdasarkan jumlah maupun dalam presentasi.
- b. Analisis Tren , adalah salah satu teknik untuk mengetahui tendensi keadaan keuangan apakah mengalami kenaikan atau penurunan.

- c. Analisis (common size), salah satu teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui persentase investasi pada masing-masing aktiva terhadap keseluruhan atau total aktiva maupun hutang.
- d. Analisis penggunaan modal dan sumber, merupakan teknik analisis untuk mengetahui besarnya sumber dan penggunaan modal kerja melalui dua periode waktu yang dibandingkan.
- e. Analisis Sumber dan Penggunaan Kas, adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui kondisi kas disertai sebab terjadinya perubahan kas pada suatu periode waktu tertentu.
- f. Analisis Rasio Keuangan, adalah teknik analisis keuangan yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara pos tertentu dalam neraca maupun laporan laba rugi secara individu maupun secara simultan.
- g. Analisis Perubahan Laba Kotor, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui posisi laba dan sebab terjadinya perubahan laba pada perusahaan.
- h. Analisis Break Even, adalah teknik analisis untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

2.1.7 Profitabilitas

1. Pengertian Profitabilitas

(Sartono, 2010) mendefinisikan profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas profitabilitas juga dinilai sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan (Syahnaz, 2013). Selain itu profitabilitas juga digunakan sebagai alat untuk menghitung performa perusahaan dalam menghasilkan laba baik dalam hubungan dengan penjualan, asset maupun modal saham tertentu. Profitabilitas juga berarti kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Syahnaz, 2013). Laba dijadikan indikator bagi para pemangku kepentingan untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Rasio

profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan bagi sebuah perusahaan melalui laporan keuangan. Rasio profitabilitas menunjukkan adanya keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Menurut (Sukenti et al., 2017), Profitabilitas adalah tolak ukur bagi sebuah perusahaan terhadap bagaimana cara perusahaan tersebut dalam menghasilkan keuntungan dan laba sebaik mungkin dan sebesar besarnya yang kemudian akan diproses dan di gabungkan yang pada akhirnya akan dialokasikan beberapa persennya menjadi milik para investor atau disebut juga dividen. Menurut (Anjani & Yadnya, 2017) ketika profitabilitas yang dihasilkan semakin baik maka memberikan informasi bahwa perusahaan tersebut sangat baik dalam mengelola modal yang dimiliki.

2. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dan mencari keuntungan perusahaan. Rasio profitabilitas dapat ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan antara beberapa komponen yang ada pada laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Dengan tujuan untuk melihat bagaimana perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik terjadi penurunan atau kenaikan, serta mencari penyebab terjadinya perubahan tersebut. Penggunaan rasio profitabilitas tidak hanya bagi perusahaan saja namun digunakan juga bagi pihak eksternal perusahaan, yaitu :

- a. Digunakan untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh dalam satu periode tertentu.
- b. Digunakan untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Untuk menilai besarnya laba selama waktu berjalan.
- d. Digunakan untuk menilai berapa besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal yang dikeluarkan.

- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal dan pinjaman maupun modal sendiri.
- f. Untuk mengetahui perkembangan dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Rasio profitabilitas salah satunya yaitu ROA merupakan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan terdiri atas gross profit margin dan net profit margin.

Dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan diukur dengan ROA.

3. *Return on Asset* (ROA)

Return on Asset adalah salah satu rasio pengukuran profitabilitas dengan cara membagi laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. ROA merupakan rasio yang dapat diketahui dari keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah aset secara keseluruhan. Rasio ini dapat menjadi salah satu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian (%) dari aset yang dimiliki. Return on Asset ini bermanfaat untuk mengetahui efektifitas perusahaan dalam hal pemanfaatan sumber ekonomi yang dimiliki untuk memperoleh laba (Felisia, 2011). Sartono (2001) mendefinisikan bahwa Return on Assets digunakan untuk menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba yang dipergunakan. Return on Assets mengukur berapa persentase laba bersih sesudah pajak terhadap total asset perusahaan tersebut. Dengan mengetahui ROA, dapat dinilai apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan asetnya dalam kegiatan operasional perusahaan. ROA juga memberikan ukuran lebih baik atas profitabilitas perusahaan, karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan.

2.1.8 Leverage

Leverage termasuk sebagai kebijakan pendanaan yang berasal dari eksternal (Mahardika & Ross Mawarni, 2016). Perusahaan memiliki beberapa sumber dana untuk membiayai usahanya. Leverage juga dapat diartikan sebagai pendanaan untuk meningkatkan produksi melalui hutang, leverage dikatakan menguntungkan

apabila perusahaan mampu memperoleh pendapatan lebih dari beban atau bunga yang harus dibayarkan (Y. A. Lestari & Nuzula, 2017). Leverage juga digunakan untuk mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya (Munsaidah, Andini, & Supriyanto, 2016).

2.1.9 Firm Size

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik untuk menentukan nilai perusahaan dan kinerja perusahaan serta menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset yang dimiliki (Mahardika & Ross Mawarni, 2016). Profit perusahaan dapat meningkat apabila perusahaan terus melakukan produksi barang dalam jumlah besar dan melakukan penjualan, perusahaan dengan total aset yang besar akan lebih mudah untuk melakukan produksi barang. Dengan semakin besar total aset maka firm size juga akan semakin besar (Amalia & Matusin, 2016). Untuk memperoleh nilai yang positif dari pemegang saham, perusahaan besar semakin mengungkapkan kegiatan CSR agar lebih transparan bahwa aset perusahaan tidak hanya untuk kepentingan pribadi tetapi juga kepentingan pemegang saham (Utami & Prasititi, 2011).

2.1.10 Firm Age

Firm age atau usia perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan telah berdiri dan diukur sejak awal perusahaan berdiri, Loyalitas dan kepercayaan masyarakat serta investor akan lebih tinggi terhadap perusahaan yang telah berdiri lebih lama (Amalia & Matusin, 2016). Perusahaan yang memiliki umur perusahaan yang lama akan mengungkapkan informasi sosialnya dimana ini adalah sebagai bentuk tanggung jawab dan kewajiban sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas masyarakat (Mahardika & Roosmawarni, 2016).

2.2 Kajian Empiris

Penelitian terdahulu yang dilakukan Sela Melania dan Ahmad Thajoni (2022) mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Board Size terhadap kinerja keuangan, dimana variabel dependen adalah ROA dan variabel independen *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Board Size. Penelitian yang dilakukan memberikan hasil bahwa CSR dan Board Size berpengaruh terhadap kinerja keuangan sedangkan Umur Perusahaan dan Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap ROA.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sarwanto (2021) mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan, di mana variabel dependennya adalah ROA dan ROE. Penelitian yang dilakukan memberikan hasil bahwa CSR signifikan berpengaruh pada kinerja keuangan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Reihan Nida dan Yudi Rosdiana (2022)	Variabel dependen: ROA dan ROE Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Menggunakan metode analisis regresi sederhana	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan Return on Asset (ROA) dan Return on Equity (ROE).

2	Sela Melania dan Ahmad Thajoni (2022)	<p>Variabel dependen : ROA</p> <p>Variabel independen: Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Board Size</p>	Menggunakan Analisis regresi linier berganda.	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility dan Board Size memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang di proyeksi oleh Return on Asset.</p> <p>Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh pada variabel ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap <i>Return on Asset</i>.</p>
3	Sarwanto (2021)	<p>Variabel dependen: ROA dan ROE</p> <p>Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	Menggunakan metode analisis regresi	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial atau CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan diukur dengan ROA dan ROE</p>

4	Nabila Hermawan Putri dan Yuni Rodiana (2021)	<p>Variabel dependen: ROA</p> <p>Variabel independen: Corporate Social Responsibility</p>	Menggunakan analisis regresi sederhana	<p>Hasil Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan yang diprosikan oleh ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.</p>
5	Emydiana Rizkia Putri (2020)	<p>Variabel dependen: ROA, ROE dan EPS</p> <p>Variabel Independen : Corporate Social Responsibility</p> <p>Variabel moderasi : konsentrasi kepemilikan (<i>Concentrated Ownership</i>)</p> <p>Variabel kontrol : <i>Firm Size, Laverage, Liquidity, Export, Diversification,</i></p>	Menggunakan analisis regresi linier berganda	<p>Hipotesis pertama ditemukan bahwa variabel CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproyeksikan dengan Return on Asset (ROA).</p> <p>Hipotesis kedua variabel CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap ROE yang mana CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan.</p>

		<i>Growth, Firm age.</i>		Hipotesis Ketiga variabel CSR berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Earning per share (EPS)
6	Imroatus Sholikha, Arik Susbiyani dan Ibna Kamelia F.A (2019)	Variabel dependen: ROA Variabel Independen: Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Size.	Menggunakan Metode analisis regresi liner berganda.	Hasil penelian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility dan Size memiliki pengaruh terhadap Return on Asset. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel Leverage tidak memiliki perngaruh terhadap ROA.
7	Dewi Purnaningsih (2018)	Variabel dependen: ROA,ROE dan Return on Sales (ROS) Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Mengunakan analisis linier sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur

				menggunakan ROA, ROE dan berpengaruh negatif terhadap Return on Sales (ROS).
8	Anastasia Bribin Wuwur dan Chritea Frisdiantara Ati Retna Sari (2017)	Variabel dependen: ROA Variabel independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Ukuran Perusahaan	Menggunakan metode analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan Variabel Corporate Social Responsibility (csr) dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara parsial dan secara simultan terhadap ROA.

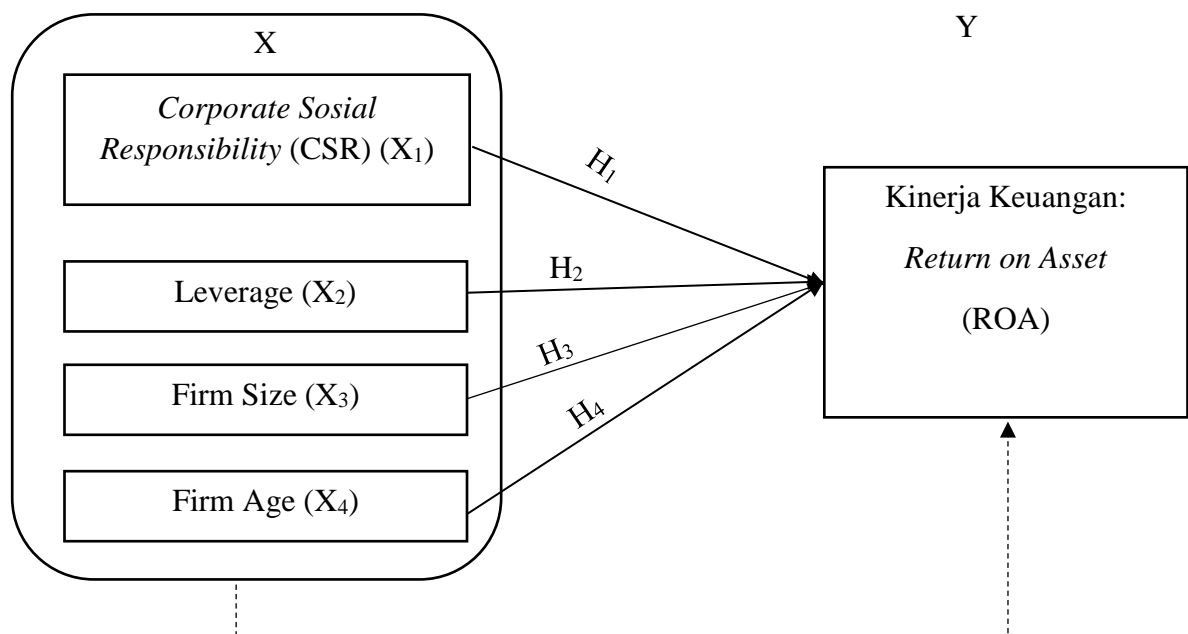
Sumber: Data diolah oleh peneliti tahun 2022

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atau kajian terdahulu adalah pada penelitian ini membahas mengenai efek Corporate Social Responsibility, Leverage, Firm Size dan Firm Age pada kinerja keuangan pada sektor perkebunan kelapa sawit. Pada penelitian ini variabel yang digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan adalah menggunakan rasio profitabilitas yaitu *Return on Asset*. Selain itu penilaian lainnya yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objek penelitian. Pada penelitian ini objek yang digunakan adalah laporan tahunan perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021.

2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

2.3.1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menggambarkan faktor yang mungkin mempengaruhi kinerja keuangan yaitu *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan hipotesis penelitian. Dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel X_1 , Leverage X_2 , Firm Size X_3 , Firm Age X_4 , dan kinerja keuangan yang diproyeksi oleh *Return on Asset* (ROA) sebagai variabel Y . Berdasarkan latar belakang dan landasan teori, maka kerangka konseptual penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.3.2 Hipotesis Penelitian

CSR merupakan aktivitas perusahaan yang dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada shareholders. Dengan melakukan CSR perusahaan menunjukkan kepeduliannya terhadap stakeholder selain investor, yaitu masyarakat dan lingkungan. Stakeholder merupakan bagian penting yang dianggap oleh perusahaan dan stakeholder mempunyai pengaruh yang besar terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalankan usahanya, perusahaan tentu akan berhubungan secara langsung dengan para stakeholder yang banyak dimana sesuai dengan besarnya perusahaan yang dijalankan.

Kegiatan usaha dapat berjalan sesuai dengan luas harapan perusahaan oleh karena itu perlu adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para stakeholdernya. Keinginan dan harapan yang muncul dari stakeholder adalah ketika perusahaan dapat menghasilkan kinerja keuangan yang baik atau mendapatkan keuntungan maka perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bersifat positif dengan cara melakukan kegiatan sosial dan diungkapkan secara transparan dalam sebuah laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Imroatus Sholikha (2019) menyatakan bahwa CSR (Corporate Social Responsibility) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan. Dengan adanya hal tersebut perusahaan secara tidak langsung memilih untuk mengungkapkan informasi secara sukarela terkait semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Melalui pengungkapan sosial yang dilakukan secara sukarela diharapkan dapat menjadi sebuah hubungan yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder*. Dengan hal tersebut, setiap kegiatan perusahaan diharapkan sesuai dengan harapan masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan informasi yang diterima, para stakeholder dapat menilai kepedulian perusahaan kepada aspek-aspek sosial dan lingkungan, sehingga perusahaan dapat lebih diterima keberadaannya dan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H₁: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return on Asset*.

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan tujuan agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Apabila leverage tidak diperhatikan oleh perusahaan maka hal tersebut akan menyebabkan menurunnya tingkat profitabilitas. Leverage mempunyai pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan karena tingkat leverage yang tinggi memiliki risiko yang tinggi dimana ditandai dengan adanya biaya hutang lebih besar. Jika leverage tidak diperhatikan oleh perusahaan hal tersebut akan menyebabkan turunnya profitabilitas yang mana profitabilitas dapat diketahui melalui ROA. Pada penelitian yang dilakukan oleh Imroatus Sholikha (2019)

menunjukkan hasil uji yang dilakukan pada variabel leverage terhadap *Return on Asset* (ROA) memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Return on Asset. Dengan demikian hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H₂: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Return on Asset*.

Dalam mengukur kinerja keuangan yang dapat dilakukan dengan menggunakan ROA. Firm size adalah ukuran yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan, antara lain total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aktiva. Pada umumnya perusahaan besar memiliki total aktiva yang besar mampu menghasilkan laba yang besar. Menurut Brigham dan Houston (2009:117), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan rata-rata penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai tahun, dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan fixed cost, akan mendapatkan jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian. Pada penelitian Irbahiya Aqsa Griselda (2020) dan Imroatus Sholikha (2019) menunjukkan hasil uji yang dilakukan pada variabel firm size terhadap *Return on Asset* (ROA) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Return on Asset*.

Dengan demikian hipotesis ketiga yang akan di uji dalam penelitian ini adalah:

H₃: *Firm Size* berpengaruh positif terhadap *Return on Asset*.

Coda et al., (2010) menyatakan bahwa umur perusahaan akan berpengaruh terhadap produktivitas. Semakin lama perusahaan berdiri maka semakin produktif perusahaan tersebut, laba perusahaan akan meningkat, ukuran perusahaan akan semakin besar, rasio utang yang lebih rendah, dan rasio ekuitas yang semakin tinggi. Selain itu, perusahaan yang lebih lama berdiri akan mampu mengubah pertumbuhan penjualan menjadi pertumbuhan laba dan produktivitas. Pada penelitian Imroatus Sholikha (2019) dan Sela Melania (2022) menunjukkan hasil uji yang dilakukan pada variabel firm age terhadap *Return on Asset* (ROA) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Return on Asset.

H₄: *Firm Age* berpengaruh positif terhadap *Return on Asset*.