BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* merupakan salah satu teori utama yang banyak digunakan untuk mendasari penelitian tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Teori ini mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholders*, yaitu termasuk pemilik atau pemegang saham itu sendiri. Teori *stakeholder* menegaskan bahwa perusahaan mempertimbangkan semua kepentingan berbagai pihak yang terkena dampak dari tindakannya. Menurut Chariri (2017) *stakeholders* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan dan karenanya *stakeholders* ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki stakeholders atau sumber tesebut. *Stakeholders* ini dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Kelangsungan hidup perusahaan membutuhkan dukungan dari stakejolders dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut.

2.1.2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi berhubungan erat dengan teori *stakeholder*. Legitimas dianggap sebagai persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu pelaku bisnis adalah merupakan tindakan yang diinginkan dengan kesadaran, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma berlaku di masyarakat di mana perusahaan berada agar operasi perusahaan juga dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya konflik dari masyarakat sekitar. Menurut Manurung (2016) suatu organiasi atau perusahaan bisa bertahan jika masyarakat dimana perusahaan tersebut berada merasa bahwa perusahaan beroperasi berdasarkan system nilai yang sepadan dengan system nilai yang dimiliki masyarakat.

Kamudian dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat kaitannya dengan karena keduanya terikat dalam suatu kontrak sosial. Teori kontrak menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dijamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga merupa representasi dari masyarakat.

2.1.3. Kinerja Keuangan

Menurut Gitosudarmo dan Basri (2018) kinerja keuangan adalah rangkaian aktivitas keuangan pada suatu periode tertentu yang dilaporkan dalam laporan keuangan diantaranya laporan laba rugi dan neraca. Menurut Fahmi (2017) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Menurut Sucipto (2020) kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur suatu keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Berdasarkan dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Penelitian ini yang menjadi alat ukur kinerja yang digunakan adalah *return on equity* (ROE). Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2021) menyatakan bahwa *return on equity* (ROE) menunjukkan bahwa perusahaannya memiliki kemampuan didalam memperoleh dan mendapatkan jumlah besarnya laba. Menurut Kasmir (2017) *return on equity* (ROE) merupakan pengembalian atas ekuitas biasa yang merupakan laba bersih terhadap ekuitas biasa yang mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham biasa. Adapun rumus untuk menghitung ROE pada penelitian ini adalah sebagai.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Ekuitas}} \text{ x } 100\%$$

2.1.4. *Corporate Social Responsibillity* (CSR)

2.1.4.1. Pengertian *Corporate Social Responsibillity* (CSR)

Menurut Solihin (2015) *corporate social responsibillity* (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi, sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dankeluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat luas. Kemudian Menurut Susanto (2019) *corporate social responsibillity* (CSR) sebagai adalah bisnis bertindak dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial ketika tindakan dan keputusannya memperhitungkan dan menyeimbangkan beragam kepentingan para pemangkukepentingan.

Berdasarkan dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibillity* (CSR) adalah sebuah konsep yang dilakukan perusahaan untuk mengintegrasikan perhatian terhadap social dan lingkungan dalam operasi bisnis dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan.

2.1.4.2. Model *Corporate Social Responsibillity* (CSR)

Menurut Soeharto (2016) ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu sebagai berikut.

1. Keterlibatan langsung

Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Kemudian untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas *public relation*.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaanperusahaan di negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana

awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

3. Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompet Dhuafa, Instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos), Media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pola ini berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat hibah pembangunan. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

2.1.4.3. Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibillity* (CSR)

Menurut Hasibuan dan Sedyono (2017) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dibagi menjadi tiga komponen prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Lines* (3P) yaitu sebagai berikut.

1. Profit (Keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha termasuk perusahaan. Perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberi kemajuan ekonomi bagi para *stakeholders dan* tindakan yang sudah dilakukan perusahaan untuk memperkuat ketahanan ekonomi di dalam masyarakat.

2. *People* (Manusia)

Perusahaan harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh *stakeholders*. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Perusahaan bisa membuat kegiatan untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.

3. *Planet* (Lingkungan)

Perusahaan harus menjaga keadaan lingkungan khususnya di sekitar lingkungan perusahaan karena sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan. Perusahaan harus melakukan penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggung jawab. Konsep ini dapat memberikan pemahaman bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit), melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

2.1.4.4. Manfaat Pelaksanaan *Corporate Social Responsibillity* (CSR)

Menurut Susanto (2019) terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan diantaranya sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan

Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan, perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadapt modal. Ketiga, perusahaan daapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

2. Bagi masyarakat

Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja.

3. Bagi lingkungan

Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

2.1.4.5. Indikator *Corporate Social Responsibillity* (CSR)

Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan. Rumus perhitungan indeks *corporate social responsibility* dalah sebagai berikut.

Kemudian untuk memperhatikan lebih dalam lagi tentang *corporate social responsibility* (CSR) dan perhitungan untuk menemukan skor tentang pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut.

1. Setiap item diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan.
2. Perhitungan indeks tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) diukur dengan rasio total skor yang diperoleh dengan skor minimal yang diperoleh. Skor maksimal tiap-tiap blok bebeda sesuai penyesuaian yang telah dilakukan pada masing-masing indikator. Indeks diformulasikan sebagai berikut.

Pengungkapan CSR pada berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat atau disebut G4 dengan 91 indeks pengungkapan CSR, Informasi mengenai *corporate social responsibility* berdasarkan GRI terdiri dari 4 fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, dan tanggungjawab atas produk.

Menurut Sayekti dan Wondabio (2008) mengenai *corporate social responsibility* dari kategori ekonomi terdiri dari berbagai aspek, diantaranya sebagai berikut.

1. Aspek kinerja ekonomi

Aspek ini adalah menjelaskan terkait nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan. Serta bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.

2. Aspek keberadaan di pasar

Aspek ini adalah menjelaskan terkait perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasional yang signifikan.

3. Dampak ekonomi tidak langsung

Aspek ini adalah menjelaskan terkait pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.

4. Aspek praktik pengadaan.

Aspek ini adalah menjelaskan terkait perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan.

Menurut Sayekti dan Wondabio (2008) untuk menghitung *corporate social responsibility* dari kategori ekonomi dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{CSRDEj} = \frac{\sum \text{Xij}}{\text{nj}} \text{ x } 100\ \%$$

Keterangan:

CSRDE_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

Nj : Jumlah item untuk perusahaan j, nj untuk indikator ekonomi.

Xij : Dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Menurut Sayekti dan Wondabio (2008) mengenai *corporate social responsibility* dari kategori lingkungan terdiri dari berbagai aspek, diantaranya sebagai berikut.

1. Aspek bahan dan aspek energi

Aspek ini adalah menjelaskan terkait pengurangan kebutuhan bahan dan energi pada produk dan jasa yang diproduksi.

2. Aspek keanekaragaman hayati dan aspek air

Aspek ini adalah menjelaskan terkait lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung.

3. Aspek emisi

Aspek ini adalah menjelaskan terkait pengurangan emisi dari rumah kaca yang akan berdampak pada lapisan ozon.

4. Aspek produk dan jasa

Aspek ini adalah menjelaskan terkait tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.

5. Aspek kepatuhan

Aspek ini adalah menjelaskan terkait nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan.

6. Aspek transportasi

Aspek ini adalah menjelaskan terkait dampak lingkungan signifikan dari panganggkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja.

7. Aspek mekanisme pengaduan masalah lingkungan

Aspek ini adalah menjelaskan terkait jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.

Menurut Sayekti dan Wondabio (2008)untuk menghitung *corporate social responsibility* dari kategori lingkungan dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{CSRDLj} = \frac{\sum \text{Xij}}{\text{nj}} \text{ x } 100\ \%$$

Keterangan:

CSRDL_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

Nj : Jumlah item untuk perusahaan j, nj untuk indikator lingkungan.

Xij : Dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Menurut Kartini (2009) mengenai *corporate social responsibility* dari kategori tenaga kerja terdiri dari berbagai aspek, diantaranya sebagai berikut.

1. Aspek kepegawaian

Aspek ini adalah menjelaskan terkait tunjungan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.

2. Aspek hubungan industrial

Aspek ini adalah menjelaskan terkait jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.

3. Aspek kesehatan dan keselamatan kerja

Aspek ini adalah menjelaskan terkait persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan sarana program kesehetahan dan keselamatan kerja

4. Aspek pelatihan dan pendidikan

Aspek ini adalah menjelaskan terkait program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.

5. Aspek keberagaman dan kesetaraan peluang

Aspek ini adalah menjelaskan terkait komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.

Menurut Kartini (2009) untuk menghitung *corporate social responsibility* dari kategori tenaga kerja dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{CSRDKj} = \frac{\sum \text{Xij}}{\text{nj}} \text{ x } 100\ \%$$

Keterangan:

CSRDK_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

Nj : Jumlah item untuk perusahaan j, nj untuk indikator tenaga kerja.

Xij : Dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Menurut Azheri (2012) mengenai *corporate social responsibility* dari kategori tanggungjawab atas produk terdiri dari berbagai aspek, diantaranya sebagai berikut.

1. Aspek kesehatan dan keselamatan pelanggan

   Aspek ini adalah menjelaskan terkait persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.

2. Aspek pelabelan produk dan jasa

   Aspek ini adalah menjelaskan terkait jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.

3. Aspek komunikasi pemasaran

   Aspek ini adalah menjelaskan terkait jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela terkait komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil.

4. Aspek privasi pelanggan

   Aspek ini adalah menjelaskan terkait jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

5. Aspek kepatuhan

   Aspek ini adalah menjelaskan terkait nilai moneter denda atas ketidakpatuhan terhadap peraturan terkait penggunaan produk dan jasa.

Menurut Azheri (2012) untuk menghitung *corporate social responsibility* dari kategori tanggungjawab atas produk dilakukan dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{CSRDTj} = \frac{\sum \text{Xij}}{\text{nj}} \text{ x } 100\ \%$$

Keterangan:

CSRDT_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

Nj : Jumlah item untuk perusahaan j, nj untuk indikator tanggungjawab atas produk.

Xij : Dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

2.1.5. Leverage

Menurut Riyanto (2017) *leverage* adalah rasio untuk mengukur besarnya aktiva yang dibiayai olehutang atau proporsi total terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio *leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan,sehingga dapat dilihat resiko tak tertagihnya suatu utang. Rasio ini menunjukkan resiko finansial yang dihadapi perusahaan. Kemudian dengan adanya komponen modal yang berasal dari utang, pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari pertumbuhan modal, tetapi di sisi lain pemilik harus membayar bunga atas utang. Menurut Kasmir (2017) *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya, seberapa besar beban utang yang ditanggung dengan aktivanya.

Rasio *leverage* yang digunakan pada penelitian ini adalah *debt to asset ratio* (DAR). Menurut Kasmir (2017) DAR merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva atau seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Semakin tinggi nilai rasio ini, artinya pendanaan dengan hutang semakin banyak, maka akan semakin sulit perusahaan memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi hutang dengan aktiva yang dimilikinya. DAR dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{DAR} = \frac{\text{Utang Jangka Panjang}}{\text{Total Aktiva}} \text{ x } 100\ \%$$

2.1.6. Ukuran Perusahaan

Menurut Sudana (2017) ukuran perusahaan merupakan besarnya sebuah asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang dapat diambil diperhitungkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar aset perusahaan maka semakin besar modal yang ditanam sementara semakin

banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran hutang dalam perusahaan (Sujarweni, 2015).Suatu perusahaan yang mempunyai aset besar akan memiliki banyak sumber informasi, sumber daya manusia dan sistem informasi yang canggih sehingga perusahaan tersebut memungkinkan untuk melaporkan laporan keuangan secara cepat ke publik. Menurut Dewi dan Wirakusuma (2014) ukuran perusahaan yang besar memiliki jumlah karyawan lebih banyak, sehingga pembuatan dan penyusunan laporan keuangan dapat lebih cepat dan penyampaian laporan keuangan juga tepat waktu. Selain itu, semakin besar perusahaan, maka perusahaan akan semakin transparansi dalam menjelaskan kinerjanya kepada publik, sehingga perusahaan semakin mudah untuk mendapatkan pinjaman untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan.

Menurut Harahap (2018) ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total asset perusahaan. Penggunaan total asset berdasarkan pertimbangan bahwa total asset mencerminkan ukuran sebuah perusahaan.

2.2. Kajian Empiris

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini dikemukakan sebagai berikut.

1. Sari (2018) dengan judul penelitian "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibillity* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibillity* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibillity* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *return on equity* (ROE).
2. Ashidiqqi (2021) dengan judul penelitian "Pengaruh *Corporate Social Responsbility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsbility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan.

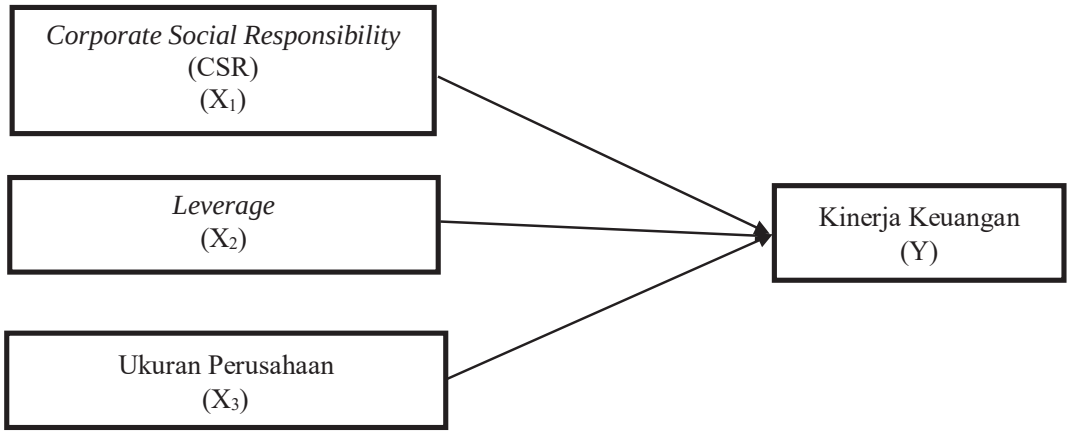
Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsbility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur ROE.

3. Alfarizi (2014) dengan judul penelitian "Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Return on Asset* (ROA). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *return on asset* (ROA). Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari temuan dari penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak bepengaruh terhadap terhadap *return on asset* (ROA).
4. Yulsiati (2016) dengan judul penelitian "Pengaruh DAR, DER dan NPM terhadap ROE pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis DAR, DER dan NPM terhadap ROE pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Secara parsial variabel DER, NPM berpengaruh signifikan positif, dan DAR tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. Sedangkan secara simultan variabel DAR, DER dan NPM berpengaruh signifikan terhadap ROE.
5. Handayani (2014) dengan judul penelitian "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan Manufaktur. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian dengan menggunakan regresi sederhana yang menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
6. Stein (2012) dengan judul penelitian "Pengaruh Struktur Modal (DAR) Terhadap Profitabilitas (ROE) pada Perusahaan Industri Tekstil dan Garment yang Terdaftar di BEI Periode 2006-2010". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh struktur modal (DAR) terhadap profitabilitas (ROE). Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari pengujian menunjukkan secara parsial bahwa DAR berpengaruh negatif signifikan terhadap ROE.

7. Ambarwati (2015) dengan judul penelitian "Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh modal kerja, likuiditas, aktivitas dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa modal kerja berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, aktivitas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, serta secara simultan modal kerja, likuiditas, aktivitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

2.3.1. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

X_1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR)

X_2 : *Leverage*

X_3 : Ukuran Perusahaan

Y : Kinerja Keuangan

2.3.2. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H_1 : *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.

H_2 : *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.

H_3 : Ukukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.