

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Teori Stakeholder (Teori Pemangku Kepentingan)

Teori stakeholder diperkenalkan untuk pertama kalinya oleh Stanford Research Institute pada tahun 1963. Teori ini menjelaskan bahwa organisasi perlu mendapatkan dukungan dari berbagai pihak yang terkait untuk menjaga kelangsungan operasional dan mencapai tujuan mereka. Teori ini juga mengemukakan bahwasanya suatu perusahaan tidak bisa berjalan untuk kepentingan sendiri namun juga harus memberikan manfaat kepada para stakeholder menurut (Noor & Srimindarti, 2022). Dalam konteks ini, stakeholders mencakup investor, karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat secara keseluruhan, dan bahkan lingkungan.

Berdasarkan teori stakeholder, setiap individu atau kelompok yang berkepentingan memiliki hak untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan perusahaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, termasuk isu-isu yang dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan. Stakeholder adalah individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh keputusan, kebijakan, dan prosedur yang diterapkan di perusahaan tersebut. Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan menunjukkan bahwa informasi tentang kinerja yang relevan dengan stakeholder tidak hanya bergantung pada faktor keuangan. CSR dan ukuran perusahaan mampu memberikan gambaran mengenai tanggung jawab yang

diemban oleh perusahaan, yang pada akhirnya akan berdampak pada cara perusahaan membuat keputusan.

Teori stakeholder menjelaskan bagaimana CSR dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kinerja keuangan. CSR dapat meningkatkan kinerja keuangan dengan memperkuat hubungan dengan stakeholder, meningkatkan reputasi perusahaan, dan menarik lebih banyak pelanggan. Menurut (Khopipah, 2024) perusahaan yang berhasil mengintegrasikan CSR ke dalam strategi bisnis mereka cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik. Ukuran perusahaan juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan karena perusahaan besar biasanya memiliki lebih banyak sumber daya untuk memenuhi kebutuhan berbagai stakeholder dan mengimplementasikan program CSR yang berdampak besar. Penelitian oleh (Khopipah, 2024) menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki akses yang lebih baik ke pasar modal dan dapat memperoleh pendanaan dengan biaya lebih rendah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas dan kinerja keuangan. Berdasarkan pandangan dari teori ini, kemampuan perusahaan dalam menyatukan berbagai kepentingan dari semua pihak yang terlibat sangat mempengaruhi keberhasilan dan keberlangsungan hidupnya. Apabila perusahaan bisa melakukannya dengan baik, maka mereka akan memperoleh dukungan yang konsisten dan dapat menikmati pertumbuhan dalam aspek pangsa pasar, penjualan, serta laba.

## **2.2 Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)**

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk memperhatikan apa

yang menjadi harapan masyarakat dan mampu menyelaraskan dengan norma sosial yang berlaku dimana perusahaan melangsungkan kegiatan bisnisnya. Menurut (Esti Rofiqkoh, 2016) teori ini suatu perusahaan beroperasi dengan ijin masyarakat, dimana ijin dapat ditarik apabila masyarakat menilai jika perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepadanya.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa sebuah perusahaan perlu terus-menerus meyakinkan masyarakat bahwa tindakan yang diambil sesuai dengan nilai dan norma yang ada di lingkungan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan, tetapi juga untuk menjaga citra perusahaan dalam jangka panjang. Menurut (Velli Maita Putri, Endrawati, 2023) teori legitimasi dianggap sebagai usaha untuk menyamakan persepsi atau asumsi tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas (perusahaan) merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan norma, nilai dan kepercayaan.

Dengan memiliki legitimasi yang solid, perusahaan dapat lebih berhasil dalam menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan serta masyarakat secara umum. Secara umum, tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah untuk memperlihatkan kepada masyarakat mengenai aktivitas sosial yang dijalankan oleh perusahaan dan bagaimana hal itu mempengaruhi komunitas di sekitarnya. Dengan cara ini, perusahaan dapat mendapatkan pengakuan dari para pemangku kepentingan, yang selanjutnya dapat mendukung praktik bisnis yang lebih baik serta meningkatkan tanggung jawab sosial mereka. Berdasarkan uraian diatas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang

mendasari pengungkapan CSR. Dimana perusahaan yang besar akan selalu melakukan tanggungjawab atas dampak sosial, lingkungan, dan ekonominya. Dengan tanggungjawab itu diharapkan perusahaan akan harmonis dan selaras bagi masyarakat sehingga bisa saling mempengaruhi dan dipengaruhi.

## **2.3 Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan telah menjalankan kebijakan dan praktik keuangan dengan tepat dan sesuai prosedur menurut (Winda Anastasya Butar Butar, Manatap Berliana Lumban Gaol, 2024). Keberhasilan perusahaan bisa dilihat dengan kinerja keuangan yang digambarkan sebagai hasil dari berbagai tindakan. Pemahaman tentang kinerja keuangan suatu perusahaan terkait dengan persepsi seberapa sehat suatu perusahaan.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diketahui melalui laporan keuangan yang disajikan. Informasi yang termuat di dalam laporan tersebut mencerminkan bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik perusahaan atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, laporan keuangan juga berfungsi sebagai dasar penting untuk para pemangku kepentingan dalam menilai kondisi perusahaan dan mengambil keputusan yang tepat.

### **2.3.1 Tujuan Kinerja Keuangan**

Tujuan kinerja keuangan perusahaan adalah untuk mengetahui tingkat likuiditas, yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi keuangannya pada saat ditagih.

Tujuan penilaian kinerja perusahaan untuk mengetahui tingkat likuiditas, yaitu:

1. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi keuangannya pada saat ditagih.
2. Untuk mengetahui tingkat solvabilitas, yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi baik kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.
3. Untuk mengetahui tingkat rentabilitas atau profitabilitas, yaitu menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.
4. Untuk mengetahui tingkat stabilitas usaha, yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil, yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga atas hutang-hutangnya termasuk membayar kembali pokok hutangnya tepat pada waktunya serta kemampuan membayar deviden secara teratur kepada para pemegang saham tanpa mengalami hambatan atau krisis keuangan.

### **2.3.2 Tahapan Menganalisis Kinerja Keuangan**

Ada 5 tahapan dalam menganalisis kinerja keuangan sebagai berikut:

1. Melakukan review terhadap data laporan keuangan

Review di sini dilakukan dengan tujuan agar laporan keuangan yang sudah di buat tersebut sesuai dengan penerapan kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam dunia akuntansi, sehingga dengan demikian hasil laporan keuangan tersebut dapat dipertanggungjawabkan.

2. Melakukan perhitungan

Penerapan metode perhitungan di sini adalah disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang sedang dilakukan sehingga hasil dari perhitungan tersebut akan memberikan suatu kesimpulan sesuai dengan analisis yang diinginkan.

3. Melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan yang diperoleh

Dari hasil hitungan yang sesuai diperoleh tersebut kemudian dilakukan perbandingan dengan hasil hitungan dari berbagai perusahaan lainnya. Metode yang paling umum dipergunakan untuk perbandingan ini ada dua yaitu:

- a. Time series analysis, yaitu membandingkan secara antar waktu atau antara periode, dengan tujuan itu nantinya akan terlihat secara grafik.
- b. Cross sectional approach, yaitu melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan rasio-rasio yang telah dilakukan antara satu perusahaan dan perusahaan lainnya dalam ruang lingkup yang sejenis yang dilakukan secara bersamaan.

4. Melakukan penafsiran (interpretation) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan

Pada tahap ini analisis melihat kinerja keuangan perusahaan adalah setelah dilakukan ketiga tahap tersebut selanjutnya dilakukan penafsiran untuk melihat apa-apa saja permasalahan dan kendala-kendala yang di alami perusahaan tersebut.

5. Mencari dan memberikan pemecahan masalah (solution) terhadap permasalahan yang ditemukan

Pada tahap terakhir ini setelah ditemukan berbagai permasalahan yang dihadapi maka dicarikan solusi guna memberikan suatu input atau masukan agar apa yang menjadi kendala dan hambatan selama ini dapat terselesaikan.

### **2.3.3 Pengukuran Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan merupakan indikator penting untuk menilai sejauh mana efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya keuangan dan operasionalnya. Menurut (Yamin, 2025) kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi suatu perusahaan yang di analisis melalui alat-alat analisis keuangan sehingga dapat digunakan untuk mengetahui baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang kemudian dapat menggambarkan prestasi kerja suatu perusahaan dalam periode tertentu.

Terdapat berbagai jenis rasio keuangan yang masing-masing memiliki kegunaan tertentu. Diantaranya sebagai berikut:

#### **1. Rasio Likuiditas**

Rasio Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya yang segera harus dipenuhi, berupa utang

jangka pendek. Rasio ini bisa digunakan untuk mengukur tingkat keamanan kreditor jangka pendek, serta mengukur apakah operasi perusahaan tidak akan terganggu bila kewajiban jangka pendek ini segera ditagih. Berikut ini yang termasuk ke dalam rasio likuiditas ialah:

- a. Current Ratio: Mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek dengan asset lancar.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Asset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

- b. Quick Ratio: Digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset yang lebih mudah di cairkan atau yang hampir sama dengan uang tunai.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

- c. Cash Ratio: Mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek hanya dengan kas dan setara kas.

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Surat Berharga}}{\text{Utang Lancar}}$$

## 2. Rasio Solvabilitas

Mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka panjangnya. Beberapa rasio solvabilitas yang umum digunakan antara lain:

- a. Rasio Hutang Terhadap Ekuitas: Rasio yang membandingkan total hutang dengan ekuitas.

$$\text{Rasio Hutang Terhadap Ekuitas} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

- b. Rasio Utang Terhadap Aset: Rasio yang mengukur jumlah aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Jika rasio ini tinggi bisa dikatakan perusahaan tersebut memiliki kelemahan secara finansial dimana mereka cenderung bergantung pada hutang.

$$\text{Rasio Utang Terhadap Aset} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

### 3. Rasio Aktivitas

Mengukur efisiensi perusahaan dalam menggunakan sumber daya operasionalnya. Beberapa rasio aktivitas yang umum digunakan antara lain:

- a. Rasio Perputaran Piutang: Rasio yang mengukur berapa kali piutang perusahaan berputar dalam satu tahun.

$$\text{Rasio Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang Rata-Rata}} \times 100 \%$$

- b. Rasio Perputaran Persediaan: Rasio yang mengukur berapa kali persediaan perusahaan berputar dalam satu tahun.

$$\text{Rasio Utang Terhadap Aset} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}} \times 100 \%$$

- c. Rasio Perputaran Aktiva Tetap: Rasio yang mengukur dan mengevaluasi kinerja perusahaan dalam memanfaatkan aktiva tetap untuk meningkatkan penjualan.

$$\text{Rasio Perputaran Aktiva Tetap} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100 \%$$

- d. Rasio Perputaran Aktiva Total: Rasio yang mengukur lamanya waktu yang dibutuhkan bagi perusahaan untuk menerima tagihan dari konsumen dalam satu tahun.

$$\text{Rasio Perputaran Aktiva Total} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Total}} \times 100 \%$$

- e. Rasio Perputaran Modal Kerja: Rasio yang mengukur tingkat perputaran modal kerja bersih dengan cara membandingkan aktiva lancar dengan hutang lancar terhadap penjualan selama satu periode.

$$\text{Rasio Perputaran Modal Kerja} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Lancar} - \text{Hutang Lancar}} \times 100 \%$$

#### 4. Rasio Profitabilitas

Mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Beberapa rasio profitabilitas yang umum digunakan antara lain:

- a. Return On Asset (ROA): Rasio yang mengukur tingkat pengembalian yang diperoleh perusahaan dari asset yang digunakan. ROA menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba dari total asset yang dimiliki. Semakin tinggi rasio ROA, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan dan secara efektif menghasilkan laba.

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100 \%$$

- f. Return On Equity (ROE): Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham, dengan menunjukkan laba bersih yang dihasilkan perusahaan dibandingkan dengan ekuitas yang telah digunakan. Semakin tinggi

rasio ROE, maka semakin baik perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang sahamnya.

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100 \%$$

- g. Net Profit Margin (NPM): Rasio yang digunakan untuk mengukur persentase keuntungan bersih pada suatu perusahaan terhadap penjualan bersihnya.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

- h. Gross Profit Margin (GPM): Rasio yang menunjukkan persentase kelebihan laba kotor terhadap pendapatan penjualan.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Pendapatan Penjualan}} \times 100 \%$$

Dalam penelitian ini kinerja keuangan diukur dengan Return On Asset (ROA). Pengukuran kinerja keuangan ini diukur dengan menggunakan return on asset. Return On Asset (ROA) mewakili rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan. Laba yang digunakan adalah laba setelah pajak atau laba tahun berjalan. Sedangkan aset yang digunakan adalah seluruh total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Berikut untuk perhitungan Return On Asset (ROA) yang disajikan dalam rumus:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

## 2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan konsep atau inisiatif yang diterapkan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan serta masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya. Pelaksanaan program tanggung jawab sosial ini memberikan dampak positif bagi perusahaan, terutama dalam peningkatan citra dan reputasi di mata publik. Ketika kegiatan CSR dijalankan secara konsisten, kepercayaan masyarakat terhadap produk maupun kinerja perusahaan akan semakin tinggi. Berdasarkan pedoman dari Global Reporting Initiative (GRI), tanggung jawab sosial perusahaan mencakup enam aspek utama, yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat sosial, serta tanggung jawab terhadap produk.

Aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk pelaporan tambahan yang disampaikan kepada para pemangku kepentingan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Sesuai dengan ketentuan pada paragraf ke-9 Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Tahun 2011, pengungkapan ini berfungsi sebagai sarana komunikasi mengenai berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan.

CSR memiliki kemampuan untuk menciptakan kekayaan dalam jangka panjang. Pengungkapan informasi dapat dilakukan melalui laporan tahunan (annual report) ataupun disajikan secara terpisah dalam bentuk laporan keberlanjutan (sustainability report). Menurut (Pio & Rumawas, 2023) mengemukakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu

komitmen dalam bisnis yang berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi yang berkelanjutan, pekerja dalam perusahaan, keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat yang luas dalam rangka untuk dapat memperbaiki kualitas hidup.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat disimpulkan memiliki dua makna utama. Pertama, CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan secara sukarela, melebihi batas kewajiban hukum yang diatur dalam perundang-undangan. Kedua, CSR dipandang sebagai bagian inti dari kegiatan bisnis perusahaan serta menjadi sarana untuk membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan. Berdasarkan konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington, terdapat tiga pilar utama dalam operasional perusahaan yang berhubungan dengan manusia dan lingkungan, yaitu *people*, *profit*, dan *planet*. Penerapan program CSR menjadi penting karena keberlanjutan keuntungan perusahaan sangat bergantung pada dukungan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Aspek *profit* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk berkualitas tinggi dan harga yang kompetitif. Aspek *planet* menekankan pentingnya menjaga keanekaragaman hayati serta mencegah kerusakan lingkungan akibat kegiatan bisnis. Sementara itu, aspek *people* menyoroti kontribusi perusahaan dalam mengurangi kemiskinan dan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat sekitar.

#### **2.4.1 Prinsip-Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut ISO 26000 mengenai CSR, ditetapkan adanya 7 prinsip CSR sebagai perilaku perusahaan yang didasarkan pada standar dan panduan berperilaku dalam konteks situasi tertentu. 7 prinsip tersebut yaitu:

1. Akuntabilitas

hal ini terlihat dari perilaku organisasi yang berkaitan dengan masyarakat dan lingkungan.

2. Tranparansi

hal ini terlihat dari pengambilan keputusan dan aktivitas yang berdampak terhadap pihak lain (stakholders)

3. Perilaku etis

hal ini berkaitan dengan perilaku etis perusahaan sepanjang waktu.

4. Stakeholders

hal ini berkaitan dengan penghargaan dan mempertimbangkan kepentingan stakeholders nya.

5. Aturan hukum

berkaitan dengan penghormatan dan kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

6. Norma internasional

terutama berkaitan dengan penghormatan dan penghargaan terhadap norma internasional, terutama berkaitan dengan norma yang lebih mendukung pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

7. Hak asasi manusia

berkaitan dengan pemahaman mengenai arti penting hak asasi manusia (HAM) sebagai konsep universal.

#### **2.4.2 Ruang Lingkup Corporate Social Responsibility (CSR)**

Ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam literatur ini diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu ruang lingkup CSR dalam arti sempit, ruang lingkup CSR dalam arti luas, serta ruang lingkup CSR menurut pandangan perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Pada ruang lingkup CSR dalam arti sempit, tanggung jawab sosial perusahaan mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

1. Tanggung jawab sosial terhadap karyawan.
2. Tanggung jawab sosial terhadap para pemangku kepentingan (stakeholder), yaitu pihak eksternal yang memiliki keterkaitan langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan operasional perusahaan. Hubungan tersebut dapat bersifat hukum, baik melalui kontrak maupun ketentuan perundang-undangan, seperti konsumen dan mitra kerja.
3. Tanggung jawab sosial terhadap masyarakat umum, yang meliputi upaya pembangunan masyarakat lokal di sekitar wilayah operasi perusahaan serta masyarakat luas yang tidak memiliki hubungan kontraktual dengan korporasi. Masyarakat umum dalam konteks ini bukan termasuk konsumen, karyawan, ataupun pihak ketiga lainnya.

Sementara itu, ruang lingkup CSR dalam arti luas memiliki cakupan yang lebih komprehensif, antara lain mencakup:

1. Tanggung jawab sosial terhadap pelestarian lingkungan hidup.
2. Tanggung jawab sosial terhadap pemenuhan hak asasi manusia.
3. Tanggung jawab sosial perusahaan dalam mendukung praktik bisnis yang bersih dan antikorupsi.

Pandangan perusahaan-perusahaan di Indonesia mengenai ruang lingkup CSR tidak bersifat seragam. Sebagian perusahaan memandang CSR sebagai kegiatan filantropi atau bentuk kepedulian sosial korporasi dalam membantu masyarakat kurang mampu. Namun, terdapat pula perusahaan yang menilai CSR sebagai bentuk kontribusi nyata dalam pembangunan nasional bersama pemerintah.

Sebagai contoh, Bakrie & Brothers menempatkan CSR bukan hanya sebagai atribut tambahan atau sekadar kewajiban moral, melainkan sebagai komitmen fundamental yang harus melekat dalam kegiatan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut menetapkan empat ruang lingkup utama dalam pelaksanaan CSR, yaitu:

1. Tanggung jawab sebagai warga negara yang baik.
2. Tanggung jawab etis.
3. Tanggung jawab dalam menjunjung tinggi hukum.
4. Tanggung jawab terhadap nilai ekonomi dari aktivitas bisnis.

#### **2.4.3 Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)**

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dikembangkan oleh Archie B. Carroll berlandaskan pada tiga pilar utama yang dikenal sebagai Triple Bottom Line, yaitu prinsip 3P: Profit (keuntungan), People (manusia/masyarakat), dan Planet (lingkungan). Ketiga aspek ini menjadi landasan bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya secara berkelanjutan dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

1. Profit (keuntungan)

Untuk menjaga kelangsungan operasional serta mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan, perusahaan tetap harus memperoleh keuntungan secara ekonomi.

2. People (manusia/Masyarakat)

Kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan sosial masyarakat diharapkan menjadi perhatian utama. Hal ini direalisasikan melalui berbagai program CSR, seperti menyediakan beasiswa untuk pelajar, membangun fasilitas pendidikan dan kesehatan, memberdayakan ekonomi masyarakat setempat, serta melaksanakan berbagai program perlindungan sosial.

3. Planet (lingkungan)

Perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan dan keanekaragaman hayati. Kegiatan CSR yang relevan di bidang ini meliputi penghijauan, penyediaan air bersih, renovasi rumah warga, serta pengembangan ekowisata yang berkelanjutan. Konsep piramida CSR yang dikemukakan oleh Archie B. Carroll memberikan landasan teoritis serta justifikasi atas pentingnya penerapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya. Menurut Carroll, CSR menempati posisi tertinggi dalam struktur piramida tanggung jawab perusahaan, yang sering kali dikaitkan, bahkan disamakan, dengan kegiatan amal atau filantropi.

#### **2.4.4 Tujuan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Pada hakekatnya, tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* (CSR) bertujuan agar dunia usaha memberikan kontribusi nyata terhadap kemajuan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Secara moral, perusahaan dianggap memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial dan alam sekitarnya. Oleh karena itu, entitas bisnis baik yang berbentuk legal maupun non-legal diharuskan untuk menjalin kerja sama dengan pemerintah dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

#### **2.4.5 Cara Mengukur Corporate Social Responsibility (CSR)**

Standar yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menjalankan CSR antara lain dengan menggunakan pedoman yang dirumuskan dalam GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI berperan sebagai sebuah organisasi yang mendukung penerapan pelaporan keberlanjutan dengan membuat sebuah organisasi yang mendukung penerapan pelaporan keberlanjutan dengan membuat sebuah standarisasi atau pedoman pelaporan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada penelitian ini diukur menggunakan rumus *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan sustainability report/laporan keberlanjutan dengan batasan indikator berdasarkan (*Global Reporting Initiatives*) GRI Standar 2021. *Global Reporting Initiative* (GRI) membagi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada tiga indikator yaitu indikator ekonomi, indikator sosial, dan indikator lingkungan. Indikator ekonomi terkait dengan kinerja ekonomi, indikator sosial berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan produk, sedangkan indikator lingkungan terkait dengan berbagai aspek lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan menurut (Velli Maita

Putri, Endrawati, 2023). Menurut (Trisnawati et al., 2023) maka CSR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$  = *Corporate Social Responsibility*

$n_j$  = Jumlah item untuk perusahaan

$\sum X_{ij}$  = Dummy variabel; 1= jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan, dengan demikian,  $0 \leq CSRI_j \leq 1$

Setiap item diberi skor 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan.

## 2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah indikator dari besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Ini dapat diukur berdasarkan total aktiva, pendapatan, atau modal yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Ukuran aktiva perusahaan menjadi parameter yang menunjukkan skala atau besar kecilnya perusahaan menurut (Khopipah, 2024). Ukuran Perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar total asset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan skala besar mempunyai total aset lebih banyak. Dalam mencapai besarnya total aset, biasanya perusahaan menggunakan dana pihak ketiga untuk meningkatkan laba. Maka besaran aset perusahaan tidak terlepas dari ancaman di masa depan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan bisa terlihat dari total aset yang dimiliki dan laba yang dihasilkan, sehingga perusahaan cenderung lebih mudah menghindari kesulitan keuangan.

Penelitian ini menggunakan total aset dalam mengukur ukuran perusahaan dengan rumus sebagai berikut:

## ***Ukuran Perusahaan = Log Natural Total Asset***

(Khopipah, 2024)

Menurut (Sekarwigati & Effendi, 2019) perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses lebih besar dan luas untuk mendapatkan sumber pendanaan dari luar, sehingga untuk memperoleh pinjaman akan menjadi lebih mudah karena dikatakan bahwa perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri

### **2.5.1 Kategori Ukuran Perusahaan**

Menurut Badan Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Perusahaan besar. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.
2. Perusahaan menengah. Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp. 1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar.
3. Perusahaan kecil. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Siti Khopipah, Roni, & Yenny Ermitawati (2024)	Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan (Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2022)	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan Y: Kinerja Keuangan	CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
2.	Dhea Cipta Krisdamayanti & Endang Dwi Retnani (2020)	Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan X3: Leverage Y: Kinerja Keuangan	CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Leverage tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
3.	Ahmad Ikliluddien Noor & Ceacilia Srimindarti (2022)	Dampak implementasi CSR dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Infrastruktur	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan Y: Kinerja Keuangan	CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.

4.	Hafidz Fachri Ramadhan, Suryo Budi Santoso, Iwan Fakhruddin, & Hadi Pramono (2025)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada perusahaan yang termasuk dalam Indeks Saham Syariah IDX Growth Sharia Tahun 2021-2023)	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan X3: Nilai Perusahaan Y: Kinerja Keuangan	CSR dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Nilai perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan.
5.	Adelina Christin Silalahi & Lilis Ardini (2017)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan	X1: Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Leverage X3: Ukuran Perusahaan Y: Kinerja Keuangan	CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
6.	Risal Rinofah, Ratih Kusumawardhani, & Pramudhita Annisa Ramadhani (2023)	Analisis Pengaruh CSR, GCG, serta Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan di BEI Periode Tahun 2015-2019	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Good Corporate Governance (GCG) X3: Ukuran Perusahaan Y: Kinerja Keuangan	CSR berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Good Corporate Governance tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
7.	Ni Kadek Siska Trisnawati, Ni Luh Putu Sandrya Dewi, & Ni Luh Gde Novitasari (2023)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan	CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

		Institusional, Struktur Modal dan Utang terhadap Kinerja Perusahaan	X3:Struktur Kepemilikan Institusional X4:Struktur Modal X5: Utang Y:Kinerja Keuangan	Struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Utang tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
8.	Fitria Zahrotul Laila & Yuliasuti Rahayu ( 2023)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Leverage X3:Ukuran Perusahaan Y:Kinerja Keuangan	CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Leverage berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
9.	Sela Melania & Achmad Tjahjono (2022)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Board Size terhadap Kinerja Keuangan.	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan X3:Umur Perusahaan X4:Board Size Y:Kinerja Keuangan	CSR dan Board Size berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
10.	Komang Pande Rita Septiani & Made Arie Wahyuni (2023)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Solvabilitas terhadap Kinerja	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan	CSR tidak berpengaruh signifikan ke arah positif terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan berpengaruh

		Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2021	X3: Solvabilitas Y: Kinerja Keuangan	signifikan ke arah positif terhadap kinerja keuangan. Solvabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.
11.	Johana Rizki Hariyani, Ika Indriasari, Rr. Hawik Ervina I (2025)	Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Kesehatan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2021-2023	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Good Corporate Governance Y: Kinerja Keuangan	CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Good Corporate Governance tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
12.	Chairunisa Berliana Nova, Mohammad Yamin (2025)	Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI	X1: Green Accounting X2: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan Y: Kinerja Keuangan	Ketiga variabel independen yaitu Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Ukuran Perusahaan secara parsial maupun simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan perusahaan perbankan, yang diprosikan melalui Return on Assets (ROA).
13.	Winda Anastasya, Butar Butar, Manatap Berliana Lumban Gaol, Amran Manurung (2024)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja	X1: Corporate Social Responsibility (CSR)	Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return On

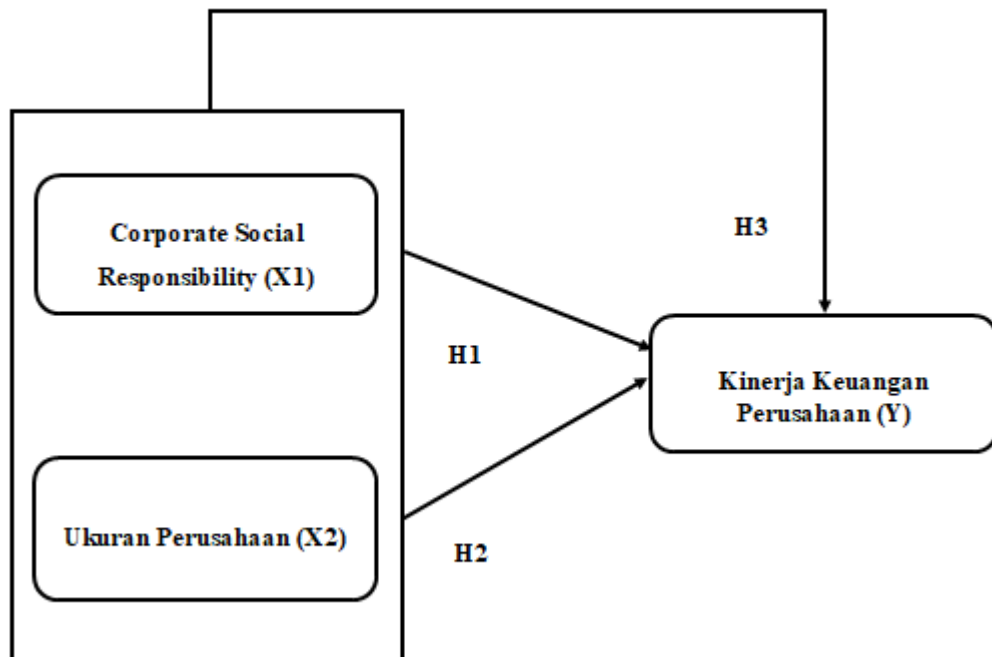
		Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan & Minuman 2020-2022)	Y: Kinerja Keuangan	Asset. Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return On Equity. Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap Earning Per Share.
14.	Agum Murtalib, Mentari Dwi Aristi, Siti Samsiah (2025)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	X1: Corporate Social Responsibility (CSR) X2: Ukuran Perusahaan X3: Kinerja Lingkungan Y: Kinerja Keuangan	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
15.	Pramudya Wardhani, Wiyadi, Ihwan Susila (2021)	Pengaruh Pengungkapan (CSR), Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan	X1: CSR X2: Leverage X3: Likuiditas X4: Ukuran Perusahaan Y: Kinerja Keuangan	Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

## 2.7 Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan teori dari penelitian terdahulu serta hasil dari penelitian terdahulu yang dijelaskan di atas dapat diartikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan dengan kinerja keuangan perusahaan, perusahaan yang tidak melakukan *Corporate Social Responsibility* akan cenderung munculnya gap antara perusahaan dan masyarakat yang dapat mengakibatkan terhentinya aktivitas operasional perusahaan dan menimbulkan kerugian, untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat mengganggu kegiatan operasional sebaiknya perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* dengan baik.

Ukuran Perusahaan dapat diukur berdasarkan total aset atau nilai harta perusahaan dengan menggunakan nilai logaritma dari total aset. Perusahaan yang lebih besar memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan atau meraih keunggulan dalam persaingan karena mereka memiliki akses yang lebih banyak dan lebih luas. Semakin tinggi total aset perusahaan, semakin besar pula modal yang dapat diinvestasikan oleh para investor dan ukuran perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

## 2.8 Pengembangan Hipotesis

### 2.8.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau pelaku bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan tetap memperhatikan tanggung jawab sosial serta menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tergolong informasi non-finansial yang sering dipakai investor sebagai bahan pertimbangan sebelum menanamkan modal pada suatu perusahaan.

Secara umum, perusahaan yang menyajikan pengungkapan CSR secara lebih lengkap cenderung menunjukkan kinerja keuangan yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang minim pengungkapan *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR). Oleh sebab itu, banyak perusahaan menjadikan strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai upaya memperbaiki citra dan reputasi, yang pada gilirannya berdampak pada kinerja keuangan.

Beberapa penelitian mendukung hubungan positif antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan. Misalnya, hasil penelitian (Laila & Rahayu, 2018) menemukan pengaruh CSR yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Temuan serupa juga dilaporkan oleh (Trisnawati et al., 2023) yang menunjukkan pengaruh positif CSR terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya pada penelitian (Krisdamayanti & Retnani, n.d.) dikatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan uraian di atas dan di dukung oleh penelitian terdahulu maka hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

**H1: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.**

### **2.8.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan**

Ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan. Perusahaan besar yang mempunyai sumber daya yang besar pula akan melakukan pengungkapan lebih luas dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal seperti investor dan kreditor, sehingga tidak memerlukan tambahan biaya yang besar untuk melakukan pengungkapan lebih luas.

Beberapa penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Kinerja Keuangan telah dilakukan oleh (Laila & Rahayu, 2018) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin bagus kinerja keuangannya. Namun, berbeda dengan hasil yang ditunjukkan dalam penelitian (Trisnawati et al., 2023) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Pramudya Wardhani, Wiyadi, 2021) menunjukkan hasil ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukan jaminan suatu perusahaan akan memiliki kinerja yang baik. Berdasarkan uraian di atas dan di dukung oleh penelitian terdahulu maka hipotesis kedua pada penelitian ini adalah:

**H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.**

### **2.8.3 Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan**

Ketika perusahaan secara rutin dan baik dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), hal itu membuat para pemangku kepentingan semakin mendukung berbagai bentuk aktivitas perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan tersebut. Kinerja keuangan adalah keberhasilan, prestasi, atau kemampuan kerja perusahaan dalam menciptakan nilai bagi perusahaan atau pemilik modal dengan cara yang efektif dan efisien. Hasil penelitian yang dilakukan (Melania & Tjahjono, 2022) dan (Khopipah, 2024)

menunjukkan bahwa CSR dan ukuran perusahaan secara simultan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Meskipun *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan dampak positif, ukuran perusahaan yang besar dapat mengurangi efektivitas dari dampak tersebut. Oleh karena itu, meskipun *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan kinerja keuangan, pengaruh ukuran perusahaan yang besar dapat mengurangi manfaat dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut, menciptakan hubungan kompleks antara kedua faktor dalam mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

**H3: Corporate Social Responsibility dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan**