

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Stakeholder merupakan individu, sekompok manusia, komunitas atau masyarakat, baik secara keseluruhan maupun secara persial yang memiliki hubungan, serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, maupun masyarakat dapat dikatakan sebagai *stakeholder* jika memiliki kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan Budimanta (2008) dalam (Hartoyo, 2018). Teori *Stakeholder* merupakan suatu teori yang mengatakan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan tidak terlepas dari adanya peran *Stakeholder* baik internal maupun eksternal dengan berbagai latar belakang kepentingan yang berbeda dari setiap *stakeholder* yang ada. Semua perusahaan dituntut untuk selalu menjamin dan menghargai hak dan kepentingan seluruh pemangku kepentingan. Jadi perusahaan bukan hanya sebuah entitas yang beroperasi bukan hanya untuk memenuhi kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat terhadap para *stakeholder*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder, sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut (Ladyve et al., 2020).

Stakeholder theory dianggap sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan kepentingan *stakeholder*, nilai-nilai, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* mengasumsikan bahwa perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingannya sendiri saja, tetapi juga harus demi kepentingan *stakeholder*. Hal ini dikarenakan kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* karena *stakeholder* perusahaan tidak hanya terdiri dari *stakeholder* (investor dan kreditur) saja, tetapi juga termasuk pegawai, pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat, termasuk lingkungan hidup sebagai bagian dari kehidupan sosial. Manajemen sebuah organisasi diharapkan melakukan aktivitas yang dianggap penting bagi *stakeholder* mereka dan kemudian melaporkan Kembali aktivitas-aktivitas tersebut kepada para *stakeholder* Pramelasari (2010) dalam (Setyaningsih & Asyik, 2016) Laporan tersebut harus diberikan kepada para *stakeholder* karena *stakeholder* mempunyai hak menerima informasi mengenai bagaimana aktivitas organisasi tersebut berperan dalam lingkungan sekitarnya. Organisasi memiliki banyak *stakeholder* seperti karyawan, pasar modal, dan lain-lain. Dukungan dari para *stakeholder* sangat berpengaruh dalam kelangsungan hidup suatu organisasi. Oleh karena itu, perusahaan akan mendapatkan banyak masalah apabila kurang atau bahkan tidak memperhatikan kepentingan *stakeholder* (Setyaningsih & Asyik, 2016).

Teori *stakeholder* atau pemangku kepentingan adalah semua pihak baik internal maupun eksternal perusahaan yang memiliki hubungan baik yang bersifat mempengaruhi ataupun dipengaruhi, langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan *stakeholder* teori menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya* Ghozali & Chariri (2007) dalam (Krisdamayanti, 2020). Dalam penerapan *stakeholder* tidak hanya terdiri dari investor dan kreditur (*stakeholder*), tetapi juga pemasok, pelanggan, termasuk lingkungan hidup sebagai bagian dari kehidupan sosial (Krisdamayanti, 2020).

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder-nya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain) Chariri (2010) dalam (Wahyu Setiawan, Leonardo Budi H, 2018b) bagi *stakeholder*, hal tersebut dapat mengeliminasi legitimasi perusahaan. *Stakeholder* teori sangat mendasari dalam praktek pengungkapan tanggung jawab sosial dikarenakan informasi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial bertujuan untuk memperhatikan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat (Wahyu Setiawan, Leonardo Budi H, 2018b).

2. Teory Legitimasi

Teori *legitimasi* adalah sebuah teori yang mengungkapkan perusahaan akan berusaha untuk melakukan sebuah aktivitas sesuai dengan norma dan batas-batas yang ditentukan dalam masyarakat sesuai dengan kondisi tepat beroperasinya perusahaan. Dasar dari hal tersebut ialah sebuah pandangan yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan selalu berusaha menciptakan keharmonisan dan kelarasan antara aktivitas, nilai sosial dan norma yang berlaku dalam sistem sosial masyarakat bahwa perusahaan masuk dalam bagian dari sistem Purwanto (2011) dalam (Krisdamayanti, 2020). Teori *legitimasi* menyatakan bahwa suatu perusahaan harus secara berkelanjutan meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas yang dilakukan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku dalam lingkungan sosial tempat dimana perusahaan beroperasi. Dengan demikian dapat dikatakan pengungkapan *corporate social responsibility* legitimasi tidak hanya memaksimalkan keuntungan tetapi juga mempertahankan estimasi perusahaan dalam jangka panjang (Krisdamayanti, 2020).

Menurut Hadi (2011:87) dalam (Hartoyo, 2018) *legitimasi* organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, *legitimasi* merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Sejalan denga karakternya yang berdekatan dengan ruang dan waktu,

legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat dimana perusahaan berada. Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) tentang legitimasi penyajian laporan keuangan menyebutkan “*beberapa entitas juga menyajikan, dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup, dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industry dimana faktor lingkungan hidup adalah signifikan dan ketika karyawan dianggap sebagai kelompok pengguna keuangan yang memegang peranan penting. Laporan yang disajikan di luar laporan keuangan tersebut adalah diluar ruang lingkup SAK*”. Hal ini memiliki makna lain bahwa laporan yang berkaitan dengan lingkungan hidup dapat disajikan secara terpisah dari laporan keuangan dan pengungkapan lingkungan merupakan salah satu legitimasi (Hartoyo, 2018).

Teori *legitimasi* menyatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan Batasan-batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada Rawi, (2010) dalam (Setyaningsih & Asyik, 2016). *Legitimasi* masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan usahanya, hal itu dapat dijadikan wahana untuk Menyusun strategi perusahaan, terutama terkait dengan memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju Hadi, (2011) dalam (Setyaningsih & Asyik, 2016). Teori *legitimasi* menegaskan organisasi harus menyesuaikan dengan aturan masyarakat untuk menjamin

keeksistensian dan juga kelangsungan hidupnya. Teori legitimasi kaitannya dengan kinerja ekonomi dan kinerja keuangan adalah apabila terjadi ketidakselarasan antara sistem-sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan dapat kehilangan *legitimasinya*, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Anggraini (2006) dalam (Setyaningsih & Asyik, 2016) menyatakan bahwa dalam usaha memperoleh *legitimasi*, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam pelaporan tahunan perusahaan melalui pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan.

Menurut Ulum (2017:239) dalam (Ladyve et al., 2020) teori *legitimasi* adalah suatu teori yang mengatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat. Teori *legitimasi* menjelaskan aktivitas yang dilakukan oleh suatu entitas atau institusi merupakan bagian dari upaya yang didorong oleh tekanan lingkungan *normatif* sekitar Syairozo, (2019:8) dalam (Ladyve et al., 2020) terdapat perusahaan yang tidak bisa atau tidak mau memenuhi harapan *stakeholder* akan menjadi perhatian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sosial. Hal itu menunjukkan perusahaan belum *terlegitimasi* (Ladyve et al., 2020).

3. Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor, kreditor). Untuk mengurangi terjadinya asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki baik dari sisi keuangan maupun non keuangan. Salah satunya adalah laporan mengenai aktivitas CSR yang wajib diungkapkan oleh perusahaan. Tujuan dari pelaporan CSR tersebut untuk memberikan sinyal kepada para investor bahwa perusahaan tidak hanya sekedar menyajikan informasi keuangan melainkan perusahaan juga peduli pada lingkungan sekitar perusahaan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selalu berdampak pada para *stakeholder* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen serta masyarakat dan kegiatan-kegiatan tersebut menjadi perhatian dan minat dari para *stakeholders*, terutama para investor dan calon investor sebagai pemilik dan penanam modal perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan berkewajiban untuk memberikan laporan sebagai informasi kepada para *stakeholders*. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal itu berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan

oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal tersebut diharapkan mampu diterima secara positif oleh pasar sehingga nantinya akan mempengaruhi kinerja keuangan (Silalahi & Ardini, 2017).

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selalu berdampak pada stakeholders seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen serta masyarakat. Salah satu kewajiban perusahaan yaitu adanya kewajiban memberikan laporan sebagai informasi kepada para *stakeholders*. Laporan yang wajib diungkapkan perusahaan setidaknya meliputi satu set laporan keuangan. Perusahaan diijinkan untuk mengungkapkan laporan tambahan, yaitu laporan yang berisi lebih dari sekedar laporan keuangan, misalnya laporan tahunan tentang aktivitas CSR perusahaan. Tujuan dari laporan tambahan ini adalah untuk menyediakan informasi tambahan mengenai kegiatan perusahaan sekaligus sebagai sarana memberikan tanda (*signal*) kepada stakeholders mengenai hal-hal lain, seperti memberikan tanda (*signal*) tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya.

Menurut Brigham & Houston (2011) dalam (Triani & Tarmidi, 2019), teori sinyal merupakan Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pedoman bagi investor tentang bagaimana manajemen mempertimbangkan prospek perusahaan dari segi keuangan, kinerja, kepatuhan atau tidak mematuhi kepatuhan Tarmidi, 2019 dalam (Triani & Tarmidi, 2019). Teori sinyal menunjukkan bahwa ada asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan

informasi. Informasi terutama kinerja perusahaan yang dikeluarkan oleh perusahaan sangat penting karena dampak reaksi dan keputusan investor di pasar. Informasi korporasi saat ini dapat digunakan oleh investor sebagai informasi untuk prospek masa depan (Triani & Tarmidi, 2019).

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai program untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor, kreditor). Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang.

4. Kinerja Keuangan

Menurut (Barlian, 2003) mengungkapkan bahwa kinerja keuangan adalah prospek atau masa depan, pertumbuhan, dan potensi perkembangan yang baik bagi perusahaan. Informasi kinerja keuangan sangatlah diperlukan dalam menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi untuk memprediksi kapasitas produksi dari sumber daya yang tersedia. Dengan kinerja keuangan, perusahaan dengan lebih mudah dapat mengetahui kondisi keuangan perusahaan di setiap periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Kinerja

keuangan yang baik dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, karena dengan kinerja keuangan yang baik dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, karena dengan kinerja keuangan yang baik dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dimata para pemegang saham (Pratiwi & Priyadi, 2019).

Kinerja keuangan merupakan hasil akhir dari kegiatan akuntansi (siklus akuntansi) yang mencerminkan kondisi keuangan dan hasil operasi perusahaan berbentuk laporan keuangan. Laporan keuangan harus disajikan secara *full* (penuh), *fair* (wajar), dan *adequate* (memadai). *Full disclosure principle* ini mengakui bahwa sifat dan jumlah informasi yang dimasukkan dalam laporan keuangan mencerminkan serangkaian *trade off* penilaian. Sebagian ratio pengukuran kinerja adalah ROA, ROE, dan PBV. *Return of equity* menurut Arief & Yanuar. (2009:81) dalam (Gantino, 2016) adalah rasio yang mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atau seluruh modal yang ada, ROE juga merupakan salah satu indikator yang digunakan oleh pemegang saham untuk mengukur keberhasilan bisnis yang dijalani. Price to book value (PVB) merupakan suatu nilai yang dapat digunakan untuk membandingkan apakah sebuah saham lebih atau lebih murah dibandingkan dengan saham lainnya, kedua perusahaan harus dari satu kelompok usaha yang memiliki sifat bisnis yang sama.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur menggunakan ratio keuangan. Rasio keuangan merupakan alat analisis yang paling sering digunakan. Rasio keuangan menghubungkan berbagai perkiraan yang

terdapat dalam laporan keuangan sehingga kondisi keuangan dan hasil operasi suatu perusahaan dapat diinterpretasikan. Rasio keuangan dirancang untuk menganalisis atau mengevaluasi laporan keuangan yang berisi data tentang posisi perusahaan dan operasi perusahaan. Analisis pelaporan keuangan merupakan pemulaan masa depan bila dilihat dari sudut pandang investor, sedangkan manajemen bermanfaat untuk membantu mengantisipasi kondisi mendatang dan menjadi titik awal perencanaan Tindakan yang akan mempengaruhi jalannya kejadian mendatang Pujiasih (2013) dalam (Setyaningsih & Asyik, 2016) untuk memotivasi karyawan agar mencapai sasaran organisasi dan mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya agar menghasilkan tindakan dan hasil yang diinginkan, maka kinerja keuangan perusahaan sangat penting untuk dinilai.

Menurut (Silalahi & Ardini, 2017) kinerja keuangan adalah usaha formal yang telah dilakukan oleh perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat pertumbuhan, prospek dan potensi perkembangan perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila telah mencapai tujuan dan standar yang telah ditetapkan.

Kinerja keuangan perusahaan diukur menggunakan ROA (return of assets), ROA menunjukkan keuntungan bisnis dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan total asset. ROA mewakili rasio profitabilitas, dimana digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan

laba bersih dengan menggunakan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA maka akan semakin perusahaan menggunakan asetnya, baik berupa asset fisik maupun asset non-fisik (*intellectual capital*) sehingga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat menghasilkan *earning* yang lebih banyak dengan investasi yang lebih sedikit (Silalahi & Ardini, 2017).

Menurut Lakhali (2016) dalam (Gunawan, 2012), kinerja keuangan adalah hasil dari kegiatan operasi, dan kesuksesan keuangan dari kegiatan operasi tersebut akan membawa konsekuensi logis pada kegiatan fundamental operasi perusahaan secara lebih baik. Kinerja keuangan merupakan hasil atau prestasi yang dicapai oleh perusahaan. Keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangannya yang ditunjukkan oleh jumlah penjualan, harta yang dimiliki, tenaga kerja dan analisis rasio yang disajikan dalam laporan keuangan.

5. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau pertanggung jawaban sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek

ekonomi, sosial dan lingkungan. Perusahaan yakin akan menghasilkan laba yang maksimal dengan memasukan CSR sebagai bisnisnya (Parengkuan, 2017).

CSR sebagai cara perusahaan mengelola perusahaan dengan baik secara keseluruhan agar memiliki dampak positif bagi perusahaan dan lingkungan. Untuk itu perusahaan diharapkan mampu untuk mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat maupun lingkungan. Sebagian besar perusahaan menganggap bahwa mengkomunikasi atau mengungkapkan CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri. Dengan mengkomunikasikan kegiatan CSRnya, maka akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat resiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan semakin menurun, jadi pengungkapan CSR kepada masyarakat umum akan meningkatkan nilai *sosial hedging* perusahaan. Suatu perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *triple bottom lines* yaitu, selain kondisi keuangan juga ada sosial dan lingkungan yang menjadi tanggung jawab perusahaan (Pratiwi & Priyadi, 2019). Hal ini sependapat dengan (Krisdamayanti, 2020) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Akan seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi bisnis pada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha (Silalahi & Ardini, 2017).

Menurut (Parengkuan, 2017) perusahaan yakin akan menghasilkan laba yang maksimal dengan memasukan CSR sebagai strategi bisnisnya. CSR mampu menciptakan kekayaan dalam jangka panjang. Perusahaan akan menerapkan CSR sepanjang mereka dapat bermanfaat secara ekonomis dari pelaksanaan perilaku yang bertanggung jawab tersebut, seperti suatu merek yang akan meningkatkan pemasaran dan bagaimana dapat meningkatkan laba dalam jangka waktu panjang (Sudaryanti & Riana, 2017).

6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan penjelasan variansi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan untuk menggunakan variabel yang digunakan oleh perusahaan. Pengukuran perusahaan melalui indikator total aktiva dapat menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Ukuran

perusahaan terbagi menjadi 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*) Linarta (2014) dalam (Krisdamayanti, 2020). Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar akan mendapat sorotan dikarenakan akan dijadikannya subjek pemeriksaan yaitu pengawas yang lebih ketat dari masyarakat dan pemerintah. Perusahaan yang besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar daripada perusahaan kecil karena perusahaan besar lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan keuangan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab perusahaan dan lingkungan perusahaan Untari (2010) dalam (Krisdamayanti, 2020). Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah tenaga kerja atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan yaitu suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai equity (Alim & Assyifa, 2019). Peningkatan terhadap jumlah asset dan jumlah penjualan dapat mengindikasikan terjadinya peningkatan pada ukuran perusahaan, sehingga dengan ukuran perusahaan yang besar dan telah *go public* memiliki pemanfaatan akses yang besar terhadap sumber-sumber dana

pada pasar modal atau perbankan untuk pembiayaan investasi demi upaya meningkatkan keuntungan perusahaan. Perusahaan yang kategori sebagai perusahaan berukuran besar, akan cenderung untuk mempunyai sumber daya yang lebih besar dan berbeda jika dibandingkan pada perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan dengan skala lebih kecil Handayani. 2018 dalam (Maryadi & Dermawan. 2019).

Perusahaan yang dikategori sebagai perusahaan berukuran besar akan lebih mudah mendapatkan modal di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil. Hal tersebut mempengaruhi juga fleksibilitas yang lebih besar pula bagi perusahaan. Semakin baik kualitas laporan keuangan yang disajikan, maka akan meyakinkan pihak eksternal dalam melihat kinerja keuangan perusahaan tersebut, yang otomatis tentunya pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan akan merasa puas dalam berbagai urusan dengan perusahaan. Menurut Niresh (2014:57) dalam (Hartoyo, 2018) ukuran perusahaan adalah faktor utama untuk menentukan profitabilitas dari suatu perusahaan dengan konsep 8/11 yang biasa dikenal dengan skala ekonomi. Maksudnya, skala ekonomi menunjuk kepada keuntungan biaya rendah yang didapat oleh perusahaan besar karena dapat menghasilkan produk dengan harga per unit yang rendah. Perusahaan dengan ukuran besar membeli bahan baku (input produksi) dalam jumlah yang besar, sehingga perusahaan akan mendapatkan potongan harga (*quality discount*) lebih banyak dari pada pemasok. Perusahaan yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar pula untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagai sumber,

sehingga untuk mendapatkan pinjaman dari kreditur pun akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki profitabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri.

7. Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan keputusan penting dalam hubungannya dengan peningkatan nilai perusahaan. Keputusan investasi pada dasarnya adalah keputusan untuk mengalokasikan sumber dana atau pengguna dana. Efisiensi pengguna dana secara langsung akan menentukan besar kecilnya tingkat keuntungan yang dihasilkan atas investor. Keputusan investasi sangat penting karena berpengaruh terhadap pencapaian visi dan misi perusahaan. Keputusan investasi diukur menggunakan PER (*Price Earning Ratio*) yang menggambarkan harapan pasar tentang pertumbuhan dimasa datang dihubungkan dengan risiko dan mempunyai peran penting bagi investor. PER yang tinggi menunjukkan peningkatan kinerja saham di masa datang (Anggia & Suteja, 2019).

Menurut (Triani & Tarmidi, 2019). Keputusan investasi adalah investasi dana yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan asset dengan tujuan pengembalian dimasa depan. Keputusan investasi oleh perusahaan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup perusahaan karena keputusan investasi menyangkut dana yang akan digunakan untuk berinvestasi, jenis investasi yang akan dilakukan, pengembalian investasi dan resiko investasi yang mungkin timbul. Keputusan investasi mempunyai dimensi waktu jangka panjang, sehingga keputusan yang akan

diambil harus dipertimbangkan dengan baik, karena mempunyai konsekuensi berjangka panjang pula.

Keputusan investasi sering disebut sebagai *capital budgeting* yakni keseluruhan proses perencanaan dan pengambilan keputusan mengenai pengeluaran dana jangka waktu kembalinya dana tersebut melebihi satu tahun. Perencanaan terhadap keputusan investasi sangat penting karena dana yang dikeluarkan akan terikat dalam jangka panjang, sehingga perusahaan harus menunggu dalam waktu yang cukup lama untuk memperoleh dana tersebut. Menurut (Khafa & Laksito, 2015) investasi yang dilakukan perusahaan seringkali memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya. Peluang investasi yang dilakukan dengan pertimbangan yang tepat dapat semakin meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Sebaliknya, peluang investasi yang tidak dimanfaatkan secara tepat justru akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Table 1.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Setiawan. Dkk (2018)	Variabel Independen : Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Kinerja Keuangan	Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
		Perusahaan	
2.	Ladyve. Dkk (2020)	Variabel Independen : Kinerja lingkungan, Biaya Lingkungan, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
3.	Yulis. dkk (2019)	Variabel Independen : Pengungkapan CSR, Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	1. Variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan 2. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
4.	Silalahi & Ardini (2017)	Variabel Independen : Pengungkapan CSR, LAVERAGE, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	1. Variabel pengungkapan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan 2. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
5.	Hartoyo (2018)	Variabel Independen : Current Ratio, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
6.	Supadi & Sudana (2018)	Variabel Independen : Kinerja Lingkungan, CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
7.	Suaidah & Putri (2020)	Variabel Independen : Kinerja Lingkungan, CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
8.	Anggia & Suteja (2019)	Variabel Independen : Keputusan Investasi,	1. Variabel keputusan investasi tidak

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
		Pendanaan, Kebijakan Deviden Variabel Independen : Kinerja Keuangan Perusahaan dan Nilai Perusahaan	berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
9.	Khafa & Laksito (2015)	Variabel Independen : CSR, Ukuran Perusahaan, Lverage, Keputusan Investasi Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	1. Variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan 2. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan 3. Variabel keputusan investasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
10.	Meiyana & Aisyah (2019)	Variabel Independen : Kinerja Lingkungan, Biaya lingkungan, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
11.	Krisdamayanti & Retnani (2020)	Variabel Independen : CSR, Ukuran Perusahaan, Lverage Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	1. Variabel CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan 2. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
12.	Parengkuan (2017)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	1. Variabel CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
13.	Kawuri. Dkk (2018)	Variabel Independen : CSR, kinerja Lingkungan Variabel Dependen :	1. Variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
		Kinerja Keuangan Perusahaan	perusahaan 2. Variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
14.	Rahmawati. Dkk (2017)	Variabel Independen : Dewan Direksi, Dewan komisaris, Komite Audit, CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
15.	Triani & Tarmidi (2019)	Variabel Independen : Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
16.	Putri. Dkk (2020)	Variabel Independen : Struktur Modal, Keputusan Investasi, Likuiditas dan Nilai Perusahaan Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
17.	Giantino (2016)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
18.	Sudaryanti & Riana (2017)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
19.	Aprianingsih & Yushita (2016)	Variabel Independen : Good Corporate Governance, Struktur Kepemilikan dan Ukuran Perusahaan Variabel Dependen :	Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

No	Peneliti dan Tahun Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
		Kinerja Keuangan	
20.	Alim & Assyifa (2019)	Variabel Independen : Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Komite Audit Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
21.	Ramzan. Dkk (2019)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	Variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
22.	Siregar & Bukit (2017)	Variabel Independen : CSR dan Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	1. Variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan 2. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan
23.	Cho. Dkk (2019)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Kinerja Keuangan Perusahaan	1. Variabel CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Menurut Fahmi (2011:2) dalam (Hartoyo, 2018) 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. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan perusahaan yang dianalisis dengan alat-

alat analisis keuangan sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan perusahaan tersebut yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu.

Pengungkapan CSR akan meningkatkan profit bagi perusahaan dan kinerja keuangan yang lebih baik karena banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengungkapkan program CSR menunjukkan keuntungan yang nyata terhadap peningkatan nilai saham sehingga menarik minat investor untuk menanamkan modalnya, bagi investor dan pemilik perusahaan hal ini akan memberikan keuntungan (Suciwati et al., 2016).

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan dengan total aktiv, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap kemudahan perusahaan dalam memperoleh hutang. Perusahaan yang berskala besar memiliki aktiva yang besar yang dapat dijadikan jaminan dalam sumber pendanaan sehingga akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar memiliki kinerja yang baik dibandingkan dengan perusahaan kecil (Silalahi & Ardini, 2017)

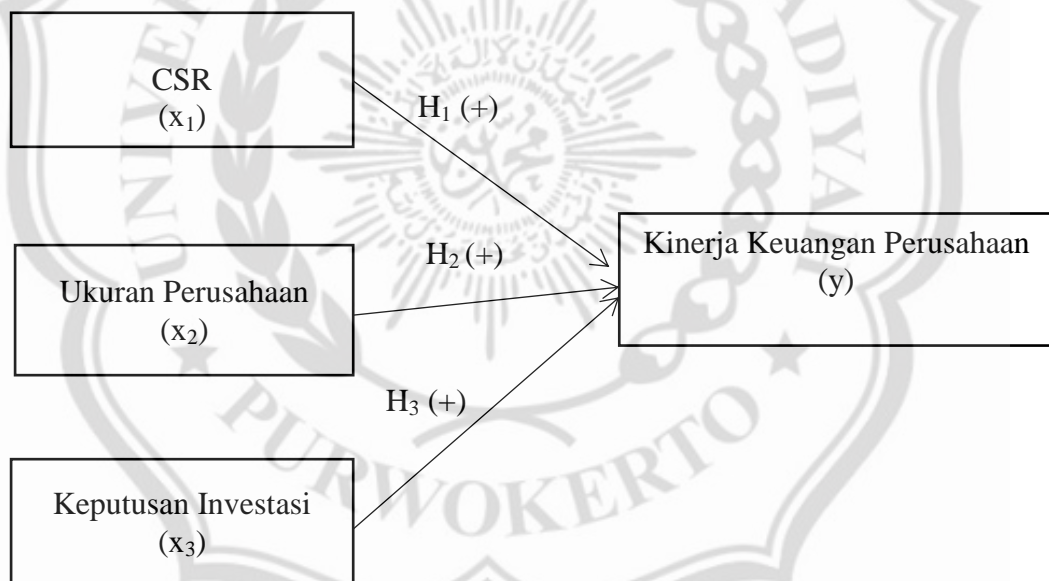
Investasi yang dilakukan perusahaan seringkali memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya. Peluang investasi yang dilakukan dengan pertimbangan yang tepat dapat semakin meningkatkan kinerja perusahaan. Sebaliknya, peluang investasi yang tidak dimanfaatkan

secara tepat justru akan menyebabkan kerugian (penurunan kinerja) bagi perusahaan (Khafa & Laksito, 2015).

Penelitian ini mengungkapkan *Kinerja Keuangan Perusahaan* sebagai variabel dependen. Pengungkapan kinerja keuangan perusahaan mempunyai tujuan untuk memberikan informasi yang dilakukan perusahaan terhadap *stakeholders*.

Gambar 2.1

Kerangka Penelitian



Berasarkan rumusan masalah, landasar teori, dan penelitian terdahulu diatas, maka hopotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengembangan Hipotesis

- a. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wujud aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjangnya, karena dalam pembuatan keputusannya, perusahaan tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan saja, tetapi juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan. Jadi makin baik perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, maka akan terbangun image perusahaan yang baik dimata stakeholder perusahaan. Hal tersebut dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Rahmawati, I.A., Rikumahu, Brady., dan Dillak, 2017).

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Silalahi & Ardini, 2017), (Supadi & Sudana, 2018) dan (Khafa & Laksito, 2015) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini :

H₁ : Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

b. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan perusahaan. Perusahaan yang besar akan akan melakukan

pengungkapan yang lebih luas dan mampu membiayai penyedia 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 (Silalahi & Ardini, 2017).

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ladyve et al., 2020), (Yulis et al., 2019) dan (Meiyana & Aisyah, 2019) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini :

H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

c. Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Investasi yang dilakukan perusahaan sering memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya. Peluang investasi yang dilakukan dengan pertimbangan yang tepat dapat semakin meningkatkan kinerja perusahaan. Kemampuan perusahaan memaksimalkan investasi dalam upaya menghasilkan keuntungan sesuai dengan terget perusahaan, dimana pengeluaran investasi mereka memberikan sinyal yang bagus terhadap kinerja

perusahaan di masa depan sehingga harga saham digunakan sebagai indikator nilai perusahaan (Triani & Tarmidi, 2019)

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Cahya, 2016), (Anggia & Suteja, 2019), dan (Khafa & Laksito, 2015) menyatakan bahwa Keputusan Investasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Berdasarkan penelitian tersebut maka dapat disimpulkan hipotesis peneliti ini :

H₃ : Keputusan Investasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

