

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat menjadi penunjuk dimana berhasil mengungkap sebuah hasil dari penelitian yang sebelumnya dilakukan. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1.	Pengaruh Pengungkapan Dimensi CSR Terhadap Kinerja Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perbankan Di BEI Dan MSE Tahun 2017-2019 (Nurfitriani, Mukhzarudfa, Ilham Wahyudi, 2021)	Variabel Independen (X) : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen (Y) : Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan	1. Dimensi ekonomi dan sosial CSR secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pada perbankan di BEI dan dimensi lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pada perbankan MSE 2. Dimensi ekonomi dan sosial CSR tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan baik pada perbankan di BEI maupun MSE dan dimensi lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perbankan di MSE	Perbedaan: terletak pada alat ukur kinerja keuangan yang dilakukan penulis diproksikan menggunakan ROE sedangkan penelitian yang dilakukan Nurfitriani, dkk menggunakan alat ukur kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA dan menambahkan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Persamaan: terletak pada variabel independen yaitu CSR berdasarkan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan dengan variabel dependen Kinerja Keuangan.

			<p>3. Seluruh dimensi CSR tidak berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada perbankan di BEI dan seluruh dimensi CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada perbankan MSE</p> <p>4. Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan baik pada perbankan di BEI maupun MSE</p> <p>5. Dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan baik pada perbankan di BEI maupun MSE</p>	
2.	<p>Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi kasus pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar BEI Periode 2018-2020) Alfida Muflikhatin, 2021</p>	<p>Variabel Independen (X) : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</p> <p>Variabel Dependen (Y) : Nilai Perusahaan</p>	<p>1. Terdapat pengaruh positif signifikan pada CSR dimensi ekonomi terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020</p> <p>2. Terdapat pengaruh positif signifikan pada CSR dimensi</p>	<p>Perbedaan: terletak pada variabel dependen. Penelitian yang dilakukan oleh Alfida Muflikhatin tidak menggunakan Kinerja Keuangan, akan tetapi menggunakan Nilai Perusahaan. Selain itu standar GRI yang digunakan juga berbeda, ia menggunakan standar GRI G3, sedangkan penulis menggunakan standar GRI G4.</p>

			<p>lingkungan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3. Terdapat pengaruh positif signifikan pada CSR dimensi sosial terhadap nilai perusahaan</p> <p>4. Terdapat pengaruh positif signifikan pada CSR dimensi HAM terhadap nilai perusahaan</p> <p>5. Terdapat pengaruh positif pada CSR dimensi masyarakat terhadap nilai perusahaan</p> <p>6. Terdapat pengaruh positif pada CSR dimensi tanggung jawab atas produk terhadap nilai perusahaan</p> <p>7. Terdapat pengaruh secara simultan CSR dimensi ekonomi, sosial, lingkungan, HAM, Masyarakat, tanggung jawab atas produk terhadap nilai perusahaan</p>	<p>Persamaan: terletak pada variabel independen yang menganalisis CSR berdasarkan masing-masing dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial.</p>
3.	<p>Pengaruh Kinerja Ekonomi, Lingkungan Dan Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p>	<p>Variabel Independen (X) : Kinerja Ekonomi (X1) Kinerja Lingkungan (X2) Kinerja Sosial (X3)</p>	<p>1. Kinerja ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan</p> <p>2. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh positif signifikan</p>	<p>Perbedaan: terletak pada alat ukur kinerja keuangan yang dilakukan penulis diproksikan menggunakan ROE sedangkan penelitian yang dilakukan Deslicintya, dkk</p>

	Tahun 2016-2018 (Deslicintya Hutasoit, Yan Christin Br. Sembiring, 2020)	Variabel Dependen (Y) : Kinerja Keuangan	terhadap kinerja keuangan. 3. Kinerja sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.	menggunakan alat ukur kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA. Selain itu standar GRI yang digunakan juga berbeda, ia menggunakan standar GRI G3, sedangkan penulis menggunakan standar GRI G4. Persamaan: terletak pada variabel independen yang menganalisis CSR berdasarkan masing-masing dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial.
4.	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Dwiyani Sudaryanti, Yosevin Riana, 2017)	Variabel Independen (X) : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel Dependen (Y) : Kinerja Keuangan	Pelaporan CSR tidak membawa pengaruh positif terhadap kinerja keuangan	Perbedaan: terletak pada variabel independen yang digunakan oleh Dwiyani Sudaryanti adalah CSR secara keseluruhan, sedangkan penulis membagi CSR dengan masing-masing dimensi yaitu dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial. Persamaan: terletak pada variabel dependen yaitu Kinerja Keuangan yang salah satunya diproksikan dengan ROE.
5.	Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Yuniep Mujati Suaidah, Citra Ayuprilia Kartini Putri, 2020)	Variabel Independen (X) : Kinerja Lingkungan (X1) dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (X2) Variabel Dependen (Y) : Kinerja Keuangan	1. Kepemilikan Kinerja Lingkungan membawa pengaruh positif signifikan pada Kinerja Keuangan Perusahaan 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> membawa pengaruh negatif signifikan pada	Perbedaan: terletak pada variabel independen yang digunakan oleh Yuniep Mujati S, dkk adalah CSR secara keseluruhan, sedangkan penulis membagi CSR dengan masing-masing dimensi yaitu dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial. Persamaan: terletak pada variabel dependen

			Kinerja Keuangan Perusahaan	yaitu Kinerja Keuangan yang salah satunya diproksikan dengan ROE.
6.	<i>The effect of environmental performance and disclosure on financial performance</i> (Haninun, Lindriana, dan Angrita Denziana, 2018)	Variabel Independen (X) : <i>Environmental Performance (X1)</i> <i>Environmental Disclosure (X2)</i> Variabel Dependen (Y) : <i>Financial Performance</i>	Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan	Perbedaan: terletak pada variabel independen yang digunakan oleh Haninun, dkk adalah kinerja lingkungan dan pengungkapan lingkungan, sedangkan penulis menggunakan variabel independen CSR dengan masing-masing dimensi yaitu dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial. Persamaan: menggunakan variabel dependen yaitu kinerja keuangan yang salah satunya diproksikan dengan ROE.

Sumber : Penulis, 2022

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Teori Legitimasi (*Legitimasi Theory*)

Legitimasi merupakan sebuah strategi perusahaan guna mengupayakan eksistensi diri di lingkup masyarakat yang bertambah maju. *Gray et. al* (dalam Hadi, 2011) menjelaskan legitimasi didefinisikan sebagai sebuah pandangan yang berkiblat pada sistem organisasi masyarakat serta fokus pada pengungkapan informasi dalam hubungan antar organisasi, negara, individu maupun kelompok.

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan menandakan bahwa legitimasi disebut sebagai sistem tata kelola perusahaan yang

cenderung berpusat pada masyarakat (*society*), serta pemerintah secara individu maupun organisasi masyarakat. Sehingga sebagai sistem yang mengedepankan lingkungan masyarakat, kegiatan operasional perusahaan diharuskan selaras dengan apa yang masyarakat butuhkan.

Dalam dimensi teori legitimasi (*legitimacy theory*), perusahaan dan masyarakat sekitar dimana perusahaan beroperasi akan menjalin relasi sosial yang kuat dan terikat dalam suatu “*social contract*” yang menerangkan bahwa mayoritas masyarakat berharap tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan beroperasi sesuai aturan dan norma yang berlaku. Berdasarkan kontrak sosial, perusahaan diwajibkan untuk melaksanakan praktik CSR serta masyarakat memiliki hak untuk menuntut perusahaan agar menerapkan CSR tersebut (Sunaryo, 2015). Semua itu berkaitan erat dengan aktivitas perusahaan yang sangat bersamaan sehingga dapat memicu timbulnya berbagai dampak, baik di bidang hukum, politik, sosial, ekonomi, serta budaya. Dengan demikian, perusahaan harus konsisten dalam menunjukkan bahwa dalam operasionalnya perusahaan telah mencerminkan perilaku yang sesuai dengan kaidah sosial.

2.2.2 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* berkaitan erat dengan teori legitimasi. Teori *stakeholder* menegaskan perusahaan akan meraih kesuksesan jika perusahaan mampu menyelaraskan berbagai kepentingan dari para

pemangku kepentingan (*stakeholder*). *Stakeholder* ialah seluruh pihak dalam perusahaan baik pihak internal maupun eksternal, yang memiliki relasi baik sebagai pihak yang mempengaruhi maupun yang dipengaruhi oleh perusahaan (Hadi, 2011). Dalam teori *stakeholder* lebih menekankan bahwa tanggung jawab korporasi sebenarnya tidak hanya sekedar berpedoman pada urusan finansial, akan tetapi telah melampaui kepentingan berbagai kelompok yang berkaitan dengan masyarakat sebagai penentu hidup dan matinya perusahaan. Keberadaan perusahaan dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya bergeser dari berkiblat pada pemegang saham (*shareholder*) ke arah yang berkiblat pada pemangku saham (*stakeholder*). Berkiblat pada pemegang saham mengandung arti bahwa tujuan perusahaan hanya sekedar memenuhi kebutuhan serta mensejahterakan para pemegang saham beserta para kreditur supaya memiliki kepastian dalam upaya pengembalian tuntutan perusahaan terjamin. Dalam konteks ini perusahaan berpusat pada pengukuran kinerja keuangan yang lebih didasarkan pada sektor ekonomi. Golongan perusahaan seperti ini, kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan hanya sebagai polesan sebatas pemenuhan standar minimum dan anjuran peraturan. Perusahaan akan menganggap bahwa anggaran pengeluaran dalam tanggung jawab sosial adalah pemborosan dan sebagai pengurang atas kesejahteraan pemegang saham (*shareholder*).

Sedangkan *stakeholder orientation* berarti bahwa perusahaan berpusat untuk memenuhi kebutuhan dan mensejahterakan *stakeholder*. Kegiatan operasional perusahaan mengutamakan kepentingan *stakeholder* baik internal maupun eksternal dengan menganut kaidah peraturan yang berlaku, serta melakukan transparansi dalam berbagai tindakan. Operasional perusahaan tidak hanya sebatas motif ekonomi, tetapi juga motif sosial. Pengeluaran tanggung jawab sosial dianggap sebagai investasi jangka panjang yang bermanfaat dalam meningkatkan persaingan bisnis.

Menurut (Sunaryo, 2015), pembagian pemangku kepentingan (*stakeholder*) ke dalam dua kelompok yakni :

1. *Primary stakeholders* ialah pihak-pihak yang berkontribusi secara langsung dalam aktivitas operasi perusahaan sehingga berpengaruh pada kemampuan perusahaan untuk melaksanakan tujuan utamanya sebagai penyedia barang dan jasa untuk masyarakat. Pada kelompok ini *stakeholder* terdiri dari para pemegang saham (*stockholders*), para karyawan (*employees*), pemasok (*suppliers*), kreditur (*creditors*), konsumen (*customers*), serta pedagang grosir maupun dan eceran (*wholesalers and retailers*)
2. *Secondary stakeholders* ialah individu maupun kelompok yang berkontribusi langsung ataupun tidak langsung dalam aktivitas primer perusahaan. Pada kelompok ini *stakeholder* terdiri dari masyarakat umum, komunitas setempat, pemerintah lokal,

pemerintah asing, kelompok aktivitas sosial, media, dan kelompok pendukung bisnis lainnya.

Keberadaan *stakeholder* cukup penting dalam pembahasan masalah CSR. Untuk itu dalam rangka menerapkan CSR, perusahaan perlu memperhatikan aspek-aspek pemberdayaan, kemitraan, dan keberlanjutan terhadap kepentingan *stakeholder* maupun masyarakat secara luas. CSR diharapkan mampu menyediakan informasi terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan yang sudah diberikan perusahaan yang kemudian sebagai pengaruh dalam proses pengambilan keputusan. Bukan hanya sebatas melaksanakan, tetapi perusahaan juga diwajibkan dalam melakukan pelaporan pertanggung jawaban yang telah dilakukan.

2.2.3 Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Corporate Sosial Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai suatu bentuk pertanggung jawaban yang dijalankan perusahaan pada lingkungan sekitar perusahaan beroperasi atas reaksi dari dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan akibat dari kegiatan operasional perusahaan kepada para *stakeholder* agar terlegitimasi sosial dari berbagai pihak internal maupun eksternal. Sedangkan (Fatmawatie, 2017) mengatakan bahwa arti dari tanggung jawab sosial yakni bentuk kewajiban perusahaan guna menentukan kebijakan, pengambilan keputusan, dan mewujudkan tindakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat. Sedangkan *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD)

mendefinisikan CSR merupakan suatu kewajiban bisnis dalam ikut andil terhadap pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan, seraya dalam upaya peningkatan taraf hidup karyawan, komunitas setempat, serta masyarakat secara luas.

Suatu konsep CSR yang dicetuskan oleh John Elkington (Suaidah dan Putri, 2020) yang dikenal dengan "*The Triple Bottom Line of 21st Century Business*" dimana dalam konsep tersebut CSR sebagai bentuk pertanggung jawaban sosial perusahaan dalam memberikan perhatian secara seimbang pada 3P, yaitu selain mencari keuntungan (*Profit*), perusahaan juga diwajibkan memberikan kontribusi yang baik kepada masyarakat (*People*) serta berperan aktif dalam melestarikan lingkungan (*Planet*).

Sedangkan menurut (Indrawan, 2011), perusahaan harus mengutamakan prioritasnya ke dalam tiga hal berikut apabila ingin menerapkan tanggungjawab sosial dengan baik yaitu :

1. Profit

Dalam kegiatan bisnisnya, perusahaan akan memperoleh keuntungan atau profit yang kemudian akan dibagikan kepada para investornya yang disebut dengan dividen. Perusahaan membagikan sebagian keuntungan yang didapat guna mendukung pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang serta dialokasikan untuk menjalankan kewajiban dalam membayar pajak kepada pemerintah.

2. Lingkungan

Perusahaan memberi perhatian kepada lingkungan sekitar perusahaan adalah salah satu bentuk kontribusi perusahaan dalam keikutsertaannya untuk memelihara kelestarian lingkungan dan kualitas hidup masyarakat dalam jangka panjang. Kontribusi perusahaan dalam penanggulangan bencana tidak hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban yang terdampak akan tetapi turut serta dalam upaya pencegahan sekaligus meminimalisir terjadinya berbagai macam bencana yang kemungkinan besar dapat terjadi.

3. Sosial

Upaya pendekatan kepada masyarakat sosial dapat dilakukan dengan berbagai macam cara diantaranya dengan memberikan pemberian kebijakan yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan kompetensi masyarakat sesuai dengan bidangnya. Kebijakan yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan program beasiswa pendidikan, pemberian sarana melakukan kegiatan sosial, pemberian sarana kesehatan guna menunjang masyarakat yang sehat, serta menyediakan program pelatihan usaha masyarakat sekitar.

Pengimplementasian CSR dijadikan sebagai bentuk penerapan dari persepsi kinerja berkelanjutan (*sustainability performance*). Sehingga dengan penerapan CSR perusahaan tidak hanya mengejar profit belaka dalam jangka pendek melainkan ikut serta dalam pembangunan dan

peningkatan pemberdayaan masyarakat demi kualitas hidup serta lingkungan dalam jangka panjang dan berkelanjutan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial atau CSR di Indonesia terus bermunculan seiring pemerintah mengesahkan UU No. 40 pasal 74 Tahun 2007 pada tanggal 20 Juli 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang menyatakan :

1. Perseroan yang mengoperasikan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan sebuah kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Melalui perwujudan program CSR secara otomatis dapat menjadi kontribusi perusahaan terhadap kewenangan modal sosial yang menyeluruh. Lain halnya mengenai modal finansial dimana nilainya terhitung dengan pasti. Namun, dapat dipastikan bahwa anggaran biaya

yang dialokasikan kepada program CSR termasuk penanaman modal perusahaan dalam menumbuhkan modal sosial.

2.2.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR memiliki parameter yang mayoritas diterapkan di Indonesia adalah parameter yang dikemukakan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Parameter GRI dipilih karena memuat tolak ukur yang digunakan untuk melakukan pengakuan kinerja perekonomian, sosial, serta lingkungan yang memiliki tujuan untuk memperbaiki kualitas pelaporan keberlanjutan. GRI adalah sebuah jejaring berbasis organisasi nirlaba yang merintis kegiatan pelestarian lingkungan (Syairozi, 2019).

Pelaksanaan CSR di suatu perusahaan menunjukkan bukti bahwa perusahaan telah berkontribusi untuk memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat serta lingkungan sekitarnya. Diperlukannya suatu pengekspresian tanggung jawab sosial dimana dapat dicantumkan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dapat membantu masyarakat agar mengetahui sejauh mana kontribusi CSR yang telah diberikan oleh perusahaan. Pengakuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur berdasarkan pedoman pada indikator GRI-G4 yang di dalamnya memuat 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan, dan 48 indikator sosial dengan total keseluruhan 91 indikator. Berikut uraian indikator-indikator pengungkapan CSR berdasarkan GRI dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 2.2 91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

Kategori Ekonomi

Kinerja Lingkungan	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
Kategori Lingkungan		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang

		dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya
Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

Kategori Sosial		
Sub-Kategori: Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Sub-Kategori: Hak Azasi Manusia		

Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesment	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak azasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Sub-Kategori: Masyarakat		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal

Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima-penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, <i>anti-trust</i> , serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidak patuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Sub-Kategori: Tanggung Jawab Atas Produk		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan Pelanggan
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total insiden ketidak patuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil

Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: www.globalreporting.org. (Data Diolah Oleh Penulis)

2.2.5 Bentuk Aktivitas *Corporate Social Responsibility*

Menurut pendapat (Kotler dan Lee, 2011) terdapat enam kategori dalam aktivitas CSR, yakni :

1. *Cause Promotion*

Dalam cause promotion ini, perusahaan berusaha untuk meningkatkan kesadaran serta kepedulian masyarakat terhadap kegiatan sosial melalui penyediaan dana atau bentuk sumber daya lainnya. Dalam aktivitas ini, perusahaan dapat mengelola secara pribadi maupun menjadi partner atau dapat menjadi sponsor.

2. *Cause-Related Marketing*

Perusahaan memiliki prinsip untuk mendonasikan sekian persen keuntungan dari penjualannya guna mengatasi masalah sosial. Perusahaan akan mengajak masyarakat untuk menggunakan produknya dimana dari sebagian keuntungan dari penjualan tersebut akan dianggarkan untuk donasi. Pada umumnya hal ini dilakukan pada produk tertentu dalam jangka waktu tertentu.

3. *Corporate Social Marketing*

Corporate Social Marketing dilakukan perusahaan untuk mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih baik. Aktivitas ini bertujuan untuk

meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan, keselamatan umum, lingkungan hidup yang lestari, serta meningkatkan keselamatan masyarakat. Pada umumnya kegiatan ini dilakukan dalam bentuk kampanye.

4. *Corporate Phylanthropy*

Perusahaan ikut andil dalam pemberian dana, jasa, maupun barang kepada pihak yang membutuhkan baik kepada pihak institusi maupun individu secara langsung. Beberapa perusahaan akan melakukan pendekatan yang cukup strategis dan lebih fokus dalam melakukan kegiatan sosial dengan maksud mencapai tujuan dari sebuah bisnis perusahaan.

5. *Community Volunteering*

Perusahaan menggiring karyawan serta mitra perusahaan agar meluangkan waktu dan tenaganya dalam keterlibatan penerapan program CSR. Kegiatan ini memberikan bantuan kepada organisasi-organisasi masyarakat sekitar dalam rangka mendukung komunitas serta menyelesaikan permasalahan sekitar.

6. *Socially Responsible Business Practices*

Kegiatan bisnis sekaligus investasi dalam sebuah perusahaan dapat mengatasi persoalan sosial, menjunjung tinggi kesejahteraan masyarakat, dan menjaga lingkungan hidup.

2.2.6 Manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi Perusahaan

Perkembangan bisnis menuntut perusahaan agar menjalankan praktik perusahaan yang mampu mendukung pembangunan berkelanjutan bagi masyarakat secara umum, di samping itu *stakeholder* juga menuntut perusahaan untuk ikut andil dalam penerapan CSR agar lebih memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan mereka.

Dalam konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR) bahwa perusahaan wajib memberikan penanganan dalam bentuk tanggung jawab terhadap dampak yang dirasakan oleh masyarakat, komunitas, dan lingkungan sebagai akibat dari aktivitas perusahaan. Pengakuan atas timbulnya dampak negatif yang disebabkan oleh perusahaan sehingga dapat merugikan masyarakat dituangkan dalam pelaporan perusahaan. Jika CSR memiliki pandangan baik sehingga dijalankan secara pantas dan terus menerus serta terealisasi dalam norma dan kebudayaan perusahaan (*corporate culture*), perusahaan dapat meraup laba yang permanen (*sustainable profits*) yang akan memberi manfaat bagi nilai perusahaan.

Menurut (Sunaryo, 2015) menjelaskan bahwa perusahaan akan memperoleh beberapa manfaat berikut dari penerapan aktivitas CSR yaitu:

1. Mengurangi Penerimaan Respon Negatif

Konsistensi dalam menjalankan tanggung jawab sosial dalam suatu perusahaan kerap kali akan mendapatkan dukungan serta respon positif dari masyarakat serta organisasi yang turut menuai manfaat yang dihasilkan dari beberapa kegiatan perusahaan yang telah

direalisasikan. CSR akan menjadi pendorong meningkatnya citra perusahaan serta reputasi perusahaan dalam jangka waktu panjang.

2. Meminimalisir Dampak Buruk Dari Suatu Krisis

Dalam menjalankan bisnis tentu saja akan mengalami gelombang pasang surut operasional. Tidak sedikit suatu perusahaan mendapatkan kabar miring jika perusahaan melakukan kesalahan meskipun kesalahan kecil. Akan tetapi masyarakat akan mudah memahami jika perusahaan dekat dengan masyarakat yang salah satunya melalui program CSR.

3. Mendapatkan Karyawan yang Loyal

Perusahaan yang mempunyai citra dan *images* yang baik di mata publik akan membuat karyawan merasa bangga. Kebanggaan karyawan akan memunculkan sebuah loyalitas yang akan berdampak pada tingginya motivasi serta konsistensi dalam melakukan sebuah pekerjaan guna berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat serta lingkungan sekitar.

4. Memperbaiki Hubungan dengan *Stakeholder*

Penerapan CSR dapat menciptakan hubungan erat dengan para *stakeholder*. Jika hubungan perusahaan dengan *stakeholder* baik, maka tingkat kepercayaan *stakeholder* kepada perusahaan akan terjalin dan senantiasa meningkat. Relasi yang tidak baik dengan *stakeholder* akan menghambat kelancaran bisnis perusahaan

5. Meningkatkan Omset Penjualan

Menuju pangsa pasar yang luas merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam menjalankan suatu bisnis. Konsumen akan lebih condong terhadap produk-produk yang dihasilkan dari perusahaan yang stabil dalam mengimplementasikan program CSR sehingga investasi berupa penanaman CSR akan menjadi alat perusahaan untuk meningkatkan omset penjualan perusahaan.

6. Mendapatkan Insentif Pajak

Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) turut memberikan apresiasi berupa insentif perpajakan bagi perusahaan yang melakukan program CSR. Adanya pemberian insentif diharapkan semakin banyak perusahaan yang tergerak untuk melaksanakan program CSR. Karena selain menambah *business value* serta nilai perusahaan, program CSR juga merupakan *tax benefit* bagi perusahaan.

2.2.7 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan sebagai sebuah alat yang dapat memberikan sebuah gambaran terkait sejauh mana kesanggupan perusahaan dalam pencapaian target perusahaan untuk meraup keuntungan serta meningkatkan nilai perusahaan. Menurut (Hutabarat, 2020) mengungkapkan bahwa kinerja keuangan didefinisikan sebagai sebuah analisis dalam mengetahui seberapa jauh suatu perusahaan telah menerapkan keuangan tanpa mengabaikan kaidah dan norma

pengungkapan keuangan dengan baik dan benar. Pemilihan strategi oleh manajemen supaya dapat melaksanakan kewajibannya kepada para pemilik perusahaan dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang sudah ditargetkan adalah dengan melakukan penilaian kinerja keuangan.

Dilihat dari segi ekonomi dapat dipastikan bahwa perusahaan akan terus berupaya untuk memperbaiki kinerja keuangannya. Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan para *stakeholder* diperlukan kinerja keuangan yang baik. Untuk menganalisis bagaimana kondisi kinerja keuangan perusahaan membutuhkan alat analisis agar mempermudah manajer mengetahui kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan berharap pada legalitas sosial dan dapat melakukan kekuatan jangka panjang dengan mengungkapkan program CSR secara maksimal melalui kinerja keuangan yang baik. Hal ini menandakan dengan diungkapkannya program CSR, besar harapan perusahaan memperoleh respon positif dari para pelaku pasar.

Kinerja keuangan menjadi organ penting dalam perusahaan karena sebagai alat yang digunakan dalam mengambil keputusan oleh pihak dalam maupun luar perusahaan. Diperlukan adanya pengukuran kinerja keuangan perusahaan dari alat analisis berupa rasio keuangan. Rasio keuangan ini dapat membandingkan informasi keuangan yang termuat dalam laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan data yang bersifat historis, akan tetapi pada dasarnya rasio keuangan adalah cara untuk

menyurvei kondisi keuangan perusahaan pada saat ini dan masa yang akan datang.

Penilaian kinerja keuangan dapat dinilai dengan memilih alat berupa rasio profitabilitas diantaranya :

1. *Return On Asset* (ROA) merupakan sebuah rasio yang dapat membuktikan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari pemanfaatan aset (Kariyoto, 2018). Rasio ini merupakan rasio antara laba bersih perusahaan terhadap total tingkat pengembalian total aset setelah beban bunga dan pajak. Sehingga rasio ini sebagai gambaran peninjau sejauh mana kemampuan perusahaan dalam melakukan tingkat pengembalian total aset dari keuntungan yang dihasilkan. Rumus untuk menghitung *Return On Assets* (ROA) yaitu :

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

2. *Return On Equity* (ROE) merupakan sebuah rasio yang menunjukkan kesanggupan perusahaan untuk memperoleh keuntungan bersih yang berdasar pada modal sendiri (Kariyoto, 2018). Rasio ini merupakan rasio antara laba bersih terhadap ekuitas saham perusahaan dimana dari rasio ini dapat dilihat jika ingin mengetahui seberapa besar tingkat pengembalian yang dihasilkan investor dari perusahaan dan digunakan sebagai alat ukur kesuksesan perusahaan dalam memperoleh laba rugi para pemegang saham. Sehingga ROE disebut cerminan dari aset pemegang saham. Rumus dalam menghitung *Return On Equity* (ROE) dapat diuraikan sebagai berikut :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Ekuitas pemegang saham}}$$

3. *Net Profit Margin* (NPM) merupakan sebuah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan terhadap jumlah penjualan tertentu. Rasio ini adalah perbandingan dari keuntungan terhadap aktivitas penjualan. Sehingga NPM digunakan perusahaan dalam mengukur seberapa besar persentase keuntungan dari setiap aktivitas penjualan. Menurut (Kariyoto, 2018) rumus untuk menghitung *Net Profit Margin* (NPM) yakni sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dimensi Ekonomi Terhadap Kinerja Keuangan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan dimensi ekonomi tidak terbatas pada pelaporan dari segi keuangan perusahaan saja, akan tetapi telah mengarah pada seberapa besar dampak ekonomi dari kegiatan operasional perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah diberikan oleh perusahaan. Dampak tersebut dapat timbul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk, pelayanan, dan tingkat kepercayaan konsumen. Apabila perusahaan mampu menciptakan

kualitas produk yang unggul serta memberikan pelayanan terbaik maka dapat menarik perhatian konsumen dan menimbulkan sebuah kepercayaan, sehingga perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari para konsumen. Legitimasi perusahaan akan meningkatkan transaksi dan akan meningkatkan pula kinerja keuangan (Agung Santosa, 2012). Maka dari itu CSR dengan dimensi ekonomi dapat meningkatkan pula kinerja keuangan.

Penelitian Nurfitriani, Mukhzarudfa, dan Ilham Wahyudi (2021) yang menemukan hasil bahwa dimensi ekonomi dalam CSR secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan perbankan.

2.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dimensi Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan

Pendirian sebuah perusahaan tidak luput dari bagaimana dampak yang ditimbulkan akibat dari kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan dimana perusahaan itu didirikan. Perusahaan dihimbau untuk melakukan kepedulian terhadap lingkungan sekitar guna mencegah serta meminimalisir terjadinya berbagai bencana yang kemungkinan besar dapat terjadi yang diakibatkan dari aktivitas perusahaan terutama perusahaan yang kegiatan operasionalnya berhubungan langsung dengan eksploitasi sumber daya alam. Jika perusahaan mampu menunjukkan tanggung jawab sosial yang baik dalam bidang lingkungan, maka *stakeholder* khususnya investor akan

mengetahui bahwa perusahaan telah melakukan kepedulian terhadap lingkungan. Dampak tersebut dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan salah satunya dengan bertambahnya investasi perusahaan. sehingga CSR dengan dengan dimensi lingkungan dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan

Penelitian Nurfitriani, Mukhzarudfa, dan Ilham Wahyudi (2021) yang menemukan hasil bahwa dimensi lingkungan dalam CSR secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan perbankan.

2.3.3 Pengaruh dimensi sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan

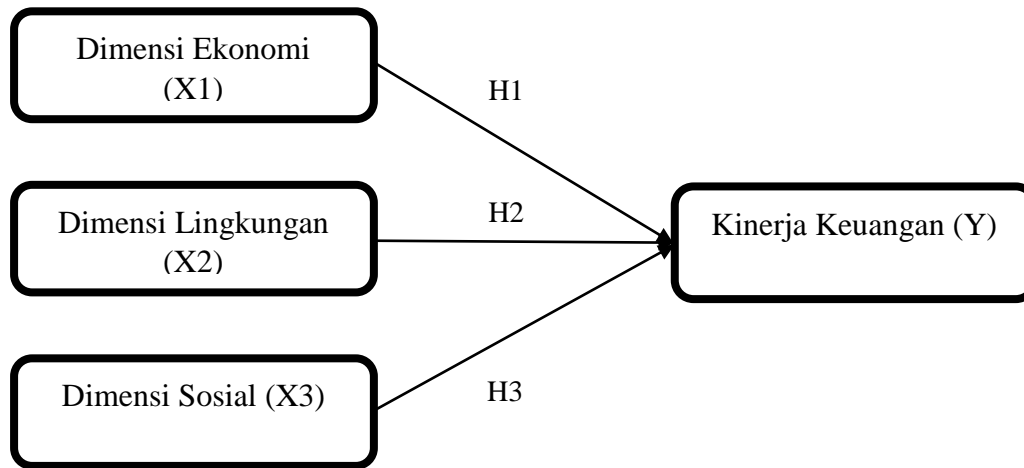
Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kinerja keuangan dengan cara meningkatkan laba dengan semaksimal mungkin. Akan tetapi, perusahaan tidak semata-mata hanya untuk mencari laba. Perusahaan juga harus mampu mempedulikan serta mensejahterakan para *stakeholder* yang meliputi tenaga kerja, masyarakat, serta konsumen. Berbagai macam kebijakan sosial yang dapat memberikan manfaat kepada para *stakeholder* dinilai mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang mengutamakan kepentingan sosial misalnya dengan menciptakan lingkungan kerja yang aman, melakukan kegiatan sosial sebagai pendekatan diri kepada masyarakat, serta mampu memberikan

informasi produk yang sangat dibutuhkan oleh konsumen akan memiliki citra positif di mata investor sehingga membuat investor semakin yakin dalam menanamkan modalnya yang dapat berimbas pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR dengan dimensi sosial dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian Nurfitriani, Mukhzarudfa, dan Ilham Wahyudi (2021) yang menemukan hasil bahwa dimensi sosial dalam CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan pada perusahaan perbankan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini dirancang sebuah kerangka pemikiran dengan tujuan agar dapat memahami lebih jauh mengenai persepsi penelitian pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kerangka pemikiran yang dituangkan pada penelitian ini juga akan memberi gambaran relasi masing-masing dimensi dalam *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dengan penilaian GRI mengenai pengukuran kinerja keuangan melalui rasio profitabilitas yang diproksikan pada *Return On Equity* (ROE). Kinerja keuangan menjadi variabel dependen (terikat) dan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dengan masing-masing Dimensi Ekonomi, Dimensi Lingkungan, Dan Dimensi Sosial menjadi variabel independen (bebas) pada penelitian ini. Kerangka pemikiran pada penelitian ini digambarkan dalam kerangka berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasar pada teori serta kerangka pemikiran yang dipaparkan oleh peneliti sebelumnya, hipotesis yang dirumuskan yakni sebagai berikut :

H1 = *Corporate Social Responsibility* dengan dimensi ekonomi berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan.

H2 = *Corporate Social Responsibility* dengan dimensi lingkungan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan.

H3 = *Corporate Social Responsibility* dengan dimensi sosial berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan.