

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi dapat diartikan sebagai teori yang berfokus pada interaksi perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menjelaskan dan memahami bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat. Teori legitimasi dianggap sebagai *Perspective Orientation System* yang berarti suatu entitas mempengaruhi dan dipengaruhi oleh komunitas dimana entitas menjalankan kegiatannya.

Teori ini juga menyatakan bahwa

pengungkapan sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Kebijakan pengungkapan perusahaan dipandang sebagai suatu hal penting sehingga manajer dapat mempengaruhi persepsi pihak lain atau organisasi tersebut. Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

Dengan demikian, legitimasi telah menjadi sumber daya dan perusahaan sangat membutuhkan ini untuk kelangsungan usahanya. Teori ini menjadi relevan dengan fenomena penelitian ini karena adanya persepsi bahwa pengungkapan lingkungan sangat bermanfaat untuk pemulihan, peningkatan serta mempertahankan legitimasi perusahaan, sehingga dibutuhkan sebuah aksi lingkungan yang dipublikasi secara efektif.

2.2 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Agency theory merupakan implementasi dalam organisasi modern. Teori agensi menekankan pentingnya pemilik perusahaan (pemegang saham) menyerahkan pengelolaan

perusahaan kepada tenaga-tenaga professional yang disebut agen yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Tujuan dari dipisahkannya pengelolaan dan kepemilikan perusahaan yaitu agar pemilik perusahaan memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin dengan dikelolanya perusahaan oleh tenaga-tenaga professional. Para tenaga professional bertugas untuk kepentingan perusahaan dan memiliki keleluasaan dalam menjalankan manajemen perusahaan. Sehingga dalam hal ini, para professional tersebut berperan sebagai agennya para pemegang saham. Semakin besar pasar perusahaan yang dikelola memperoleh laba, semakin besar pula manfaat yang didapatkan agen. Sementara pemilik perusahaan (pemegang saham) hanya bertugas mengawasi dan memonitor jalannya perusahaan yang dikelola oleh manajemen serta mengembangkan sistem insentif bagi pengelola manajemen untuk memastikan bahwa bekerja demi kepentingan perusahaan (Tandiotong, 2016).

Menurut Jensen dan Meckling (1976), teori agensi merupakan teori yang mengbungkan antara pemilik (*principal*) dengan manajemen (*agent*).

Teori agensi mengungkapkan adanya hubungan agensi ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan dan menghasilkan suatu jasa dan kemudian mempercayakan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Agensi teori mengakibatkan hubungan yang asimetri antara pemilik dan pengelola, untuk menghindari terjadi hubungan yang asimetri tersebut dibutuhkan suatu konsep yaitu konsep *Good Corporate Governance* yang bertujuan untuk menjadikan perusahaan menjadi lebih sehat. Penerapan *corporate governance* berdasarkan pada teori agensi, yaitu teori agensi dapat dijelaskan dengan hubungan antara manajemen dengan pemilik, manajemen sebagai agen secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*) dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi yang sesuai dengan kontrak.

Seperti yang sering kita tau bahwa tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang diartikan sebagai harga saham. Walaupun sasaran rasional dari sudut pandang operasionalisasi perusahaan, namun sudah diketahui pula sejak lama bahwa manajer perusahaan mempunyai tujuan sendiri yang tidak jarang bertentangan dengan tujuan memaksimalkan pemegang saham. Kenyataannya manajemen perusahaan diberikan kekuasaan oleh pemegang saham untuk mengambil keputusan yang dapat menciptakan konflik kepentingan yang disebut dengan teori agensi atau *Agency Theory* (Wiyono dan Kusuma, 2017).

2.3 *Corporate Social Responsibility (CSR)/ Tanggung Jawab Sosial*

2.3.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan dengan “pembangunan berkelanjutan”, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau dividen melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang (Wardani dan Januarti, 2013).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah wujud kepedulian perusahaan kepada lingkungan sekitarnya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi yang

berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial. Pewajiban perusahaan untuk menyelenggarakan CSR tergolong baru, yaitu dengan diundangkannya UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. (Situmeang, 2016) *Corporate Social Responsibility* merupakan konsep yang terus berkembang. Secara konseptual, CSR juga bersinggungan dan bahkan sering dipertukarkan dengan frasa lain, seperti *Corporate Responsibility*, *Corporate Sustainability*, *Corporate Accountability*, *Corporate Citizenship*, dan *Corporate Stewardship*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut *The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD)* in fox, et al. (2002), definisi CSR adalah *The World Business Council for Sustainable Development*, bahwa definisi CSR merupakan komitmen bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan perusahaan serta keluarganya, berikutnya melibatkan komuniti sekitarnya dan masyarakat secara keseluruhan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan.

Perubahan tingkat kesadaran masyarakat mengenai perkembangan dunia bisnis di Indonesia, menimbulkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *corporate social responsibility*. CSR mengandung makna bahwa, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas, dan tidak korupsi. CSR menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan secara ekonomi, sosial dan lingkungan (Hamdani, 2016).

Corporate Social Responsibility (CSR) yang kini marak diimplementasikan banyak perusahaan, mengalami evolusi dan metamorphosis dalam rentang waktu yang panjang. Pada saat industri berkembang setelah terjadi revolusi industri, kebanyakan perusahaan

masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari keuntungan belaka, Mereka memandang bahwa sumbangan pada masyarakat cukup dengan diberikan dalam bentuk penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui produknya, dan pembayaran pajak kepada negara. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat tidak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukannya melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab secara social. Karena selain terdapat ketimpangan ekonomi antara perilaku usaha dengan masyarakat sekitar, kegiatan operasional perusahaan umumnya juga memberikan dampak negatif (Wibisono, 2007).

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai komunikasi

organisasi perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat merupakan sebuah ide dan gagasan, dimana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tetapi juga dihadapkan pada CSR harus berpijak pada triple bottom lines.

Elkington dalam (Wibisono, 2007), mengembangkan konsep Triple Bottom Lines dalam istilah *economic prosperity, environmental quality, social justice*. Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memikirkan 3P (*Profit, People, Planet*), yaitu selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Corporate Social Responsibility (CSR) dihitung berdasarkan jumlah pendapatan bersih perusahaan. Menurut *Global Reporting Initiative (GRI-G4)* pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terdapat 91 indikator. *Global Reporting Initiative (GRI-G4)* menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan dan terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Dalam *Global Reporting Initiative (GRI-G4)* indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama yang memperlihatkan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial mencakup praktek tenaga kerja dan kenyamanan bekerja, HAM, masyarakat dan tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator.

2.4 Diversitas Gender (*Gender Diversity*)

2.4.1 Pengertian Diversitas Gender (*Gender Diversity*)

Board Diversity dapat didefinisikan sebagai variasi yang melekat dalam komposisi dewan. Variasi ini dapat diukur pada sejumlah dimensi, seperti jenis kelamin, usia, etnis, kebangsaan, latar belakang pendidikan, pengalaman industri, dan keanggotaan organisasi (Campbell dan Minguez, 2008).

Gender adalah suatu konsep kultural yang merujuk pada karakteristik yang membedakan antara wanita dan pria baik secara biologis, perilaku, mentalitas, dan sosial budaya. Namun walaupun berbeda tetapi perannya di masyarakat dapat disejajarkan dengan batasan-batasan tertentu. Diversifikasi struktur sumberdaya manusia yang berkaitan dengan ras dan campuran gender seringkali dipandang sebagai hal penting untuk memaksimalkan sumber daya penting perusahaan. Keragaman di dalam suatu perusahaan dibutuhkan untuk dapat

mengoptimalkan dan meningkatkan inovasi perusahaan. Perempuan memberikan perhatian lebih besar dalam pengelolaan perusahaan. Direksi perempuan lebih banyak hadir dalam rapat-rapat direksi serta lebih terlibat antusias dalam mengikuti jalannya rapat maupun memimpin rapat.

2.4.2 Gaya Kepemimpinan Wanita

Kepemimpinan didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi bakat, sikap dan keyakinan untuk mencapai tujuan perusahaan yang paling relevan (Maleki dan Askari, 2013). Wanita memiliki dedikasi yang lebih besar terhadap karyawan dan kepemilikan mereka berorientasi pada hubungan interpersonal (Melero, 2011). Sejalan dengan ini, wanita telah melakukan serangkaian perilaku, nilai dan minat yang menciptakan gaya kepemimpinan yang unik. Dengan demikian, kepemimpinan wanita dianggap sebagai penentu dan penting untuk keberhasilan organisasi. (Evans, 2010) melaporkan bahwa wanita secara emosional lebih cerdas, karena mereka dapat mengendalikan emosi mereka dan dapat bekerja dalam scenario kompleks. Wanita memiliki kemampuan seperti aktif komunikasi, empati dan *multi-tasking*. Menurut (Kusumatuti *et al.*, 2007), wanita memiliki sikap kehati-hatian yang sangat tinggi, cenderung menghindari risiko, dan lebih teliti dibandingkan pria. Sisi inilah yang membuat wanita tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan. Untuk itu dengan adanya wanita dalam jajaran direksi dikatakan dapat membantu mengambil keputusan yang lebih tepat dan berisiko lebih rendah.

Dari sudut pandang teori agensi, keragaman *gender* adalah salah satu mekanisme tata kelola perusahaan yang paling penting bagi perusahaan (Gallego-Álvarez *et al.*, 2010). Dalam kerangka ini, dewan yang beraneka ragam bertindak sebagai kontrol yang lebih baik karena jangkauan pandangan dan pendapat yang lebih luas dapat meningkatkan independensi dewan (Reguera-Alvarado *et al.*, 2015).

2.4.3 Kehadiran Direktur Wanita di Dewan Perusahaan

Kehadiran direktur wanita mendorong kinerja organisasi yang tinggi dalam beberapa cara.

Pertama, keragaman dewan membantu dalam memahami volatilitas pasar tenaga kerja karena mengalah ke berbagai perspektif demografi yang lebih luas yang menembus pasar dan menarik pelanggan potensial dan pemasok (Robinson dan Dechant, 1977). Kedua, dewan direktur wanita menciptakan suasana yang terbuka dan santai. Ketiga, dimasukkannya direktur wanita membantu memecahkan perusahaan dengan menciptakan heterogenitas dewan dalam proses pengambilan keputusan, yang memaksa perusahaan untuk mengevaluasi lebih banyak alternatif dan lebih hati-hati mempertimbangkan konsekuensinya (Carter et al, 2003). Oleh karena itu, kasus bisnis untuk keberagaman *gender* adalah bagian dari bidang tata kelola perusahaan, karena masuknya direktur wanita di dewan perusahaan dapat menyebabkan manfaat bisnis internal dan eksternal.

2.5 Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

2.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek yang diukur. Sedangkan perusahaan secara umum adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Jadi, ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Menurut (Jensen dan Meckling, 1976) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya sebuah perusahaan yang diukur dengan mengetahui total aset yang dimiliki perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah skala dimana ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan menurut cara, termasuk : total aset, ukuran log, nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena ukuran atau skala yang lebih besar dari perusahaan akan memudahkan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan baik internal maupun eksternal (Siahaan, 2013)

(Ferry dan Jones, 1979) menyatakan ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain, total aktiva, total penjualan, nilai pasar saham, kapitalisasi pasar, dan lain-lain semua berkolerasi tinggi.

2.5.2 Kriteria Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Menurut berbagai penelitian, peningkatan ukuran perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja karena perusahaan yang lebih besar lebih mampu mengambil keuntungan dari skala ekonomi, mengenai biaya operasi dan biaya inovasi. Ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh terhadap persistensi laba suatu perusahaan karena ukuran perusahaan mengindikasikan kekuatan dari posisi bersaing perusahaan. Selain itu, menyatakan bahwa variabilitas tingkat pertumbuhan perusahaan yang besar lebih rendah dibandingkan perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan karena perusahaan besar memiliki sumber daya keuangan yang mampu untuk menstabilkan pertumbuhan sehingga dapat mengarahkan kepada aliran laba yang lebih persisten.

Perusahaan berukuran besar juga mampu mengimbangi penurunan laba periodik dengan meningkatkan harga sehingga akan mampu menghasilkan aliran laba yang lebih

persisten dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 menjelaskan kriteria ukuran perusahaan yang dapat dinilai dari jumlah penjualan dan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Kriteria tersebut adalah:

1. Kriteria Usaha Mikro, memiliki kekayaan bersih Rp. 50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah).³
3. Kriteria Usaha Menengah, memiliki kekayaan bersih Rp. 500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (Sepuluh Milyar Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000. Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang umum digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Berkembang suatu fenomena bahwa pengaruh total asset (proksi dari ukuran perusahaan) hampir selalu konsisten dan secara signifikan berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan. Ukuran perusahaan juga merupakan variabel yang penting dalam praktik CSR dan berperan seperti barometer yang menjelaskan mengapa perusahaan terlibat dalam praktik CSR

dan pengungkapan lingkungan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan

logaritma natural dari total aset.

2.6 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu (Rudianto, 2013). Kinerja keuangan juga merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2015).

Analisis kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu proses pengkajian kinerja keuangan perusahaan secara kritis, yang meliputi peninjauan data keuangan, perhitungan, pengukuran, interpretasi, dan pemberian solusi terhadap masalah keuangan perusahaan pada periode tertentu. Berdasarkan teknikanya, analisis kinerja keuangan dapat dibedakan menjadi 9 macam, yaitu (Hery, 2016):

1. Analisis perbandingan Laporan keuangan, merupakan teknik analisis dengan cara membandingkan laporan keuangan dari dua periode atau lebih untuk menunjukkan perubahan dalam jumlah (absolut) maupun presentasi (relatif).
2. Analisis tren, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui tendensi keuangan perusahaan, apakah menunjukkan kenaikan atau penurunan.
3. Analisis *common size*, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui presentase masing-masing komponen aset tetap terhadap total aset, presentase masing-masing komponen hutang dan modal terhadap total aset, presentase masing-masing komponen laba rugi terhadap penjualan bersih.

4. Analisis Sumber dan Penggunaan Modal Kerja, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya sumber dan penggunaan modal kerja selama dua periode waktu yang dibandingkan.
5. Analisis Sumber dan Penggunaan Kas, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui kondisi kas dan perubahan kas pada suatu periode waktu tertentu.
6. Analisis Rasio Keuangan, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan diantara pos tertentu dalam neraca maupun laba rugi.
7. Analisis Perubahan Laba Kotor, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui posisi laba kotor dari suatu periode ke periode berikutnya, serta sebab-sebab terjadinya perubahan laba kotor tersebut.
8. Analisis titik impas, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
9. Analisis kredit, merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menilai layak tidaknya suatu permohonan kredit debitur kepada kreditor, seperti bank.

Return On Asset (ROA) digunakan investor dalam memprediksi laba dan memprediksi risiko dalam investasi, sehingga memberikan dampak pada kepercayaan investor terhadap perusahaan. Sehubungan dengan itu, manajemen termotivasi untuk melakukan praktik perataan laba agar laba yang dilaporkan tidak berfluktuatif sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini sesuai dengan teori *political cost hypothesis* dalam *positive accounting theory* yang menyatakan bahwa manajemen perusahaan akan memilih prosedur-prosedur akuntansi yang dapat menunda pelaporan laba periode saat ini ke

periode yang akan datang. Hal ini bertujuan untuk menghindari kewajiban pajak dan berbagai aturan yang tidak menguntungkan perusahaan.

Return On Asset (ROA), Laba menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban kepada kreditur dan investor, serta ROA merupakan bagian dalam proses penciptaan nilai perusahaan berkaitan dengan prospek perusahaan di masa depan. *Return On Asset (ROA)* dapat mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya yang digunakan untuk mendanai aset tersebut seperti biaya pengembangan dan pengolahan karyawan dalam meningkatkan *Intellectual* (Rachmawati, 2012)

Return On Asset (ROA) dipergunakan sebagai alat mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan menerapkan sistem biaya produksi yang baik, maka modal dan biaya dapat dialokasikan kedalam berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga dapat dihitung profitabilitas masing-masing produk. Kegunaan *Return On Asset (ROA)* yang paling berkaitan dengan efisiensi penggunaan modal, efisiensi produksi dan efisiensi penjualan. Hal ini dapat dicapai apabila perusahaan telah melaksanakan praktik akuntansi secara benar.

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah melakukan penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility*, diversitas *gender* dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil dari beberapa peneliti akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
1	<i>The Financial aspect of the CSR Egypt : a quantitative approach to institutional</i>	X ₁ = Corporate Social responsibility X ₂ = Good Corporate	CSR secara signifikan memengaruhi beberapa dimensi kinerja keuangan.

No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
	<i>economics</i> Tarek Eldomiaty, Ahmad Soliman, Ahmed Fikri Marwa Anis (2016)	Y = Governance Kinerja Keuangan Perusahaan	
2	<i>Board structureperformance relationship in microfinance institutions' (MFIs) in an emerging economy</i> Sujani Thrikawala, Stuart Locke, Krishna Reddy (2016)	X ₁ = Board Structure Y = Kinerja Keuangan Perusahaan	Hubungan negatif signifikan secara statistik antara direktur perempuan di dewan dan kinerja keuangan dilihat dari luasnya jangkauan.
3	<i>Mixed-gender ownership and financial performance of SMEs in South Africa:a multidisciplinary analysis</i> Beatrice Desiree dan Simo Kengne (2016)	X ₁ = Gender Ownership Y = Kinerja Keuangan	Hubungan positif dan signifikan antara kehadiran perempuan di antara pemilik UKM dan kinerja keuangan UKM di Afrika Selatan.

4	<i>The effect of leverage and Firm Size to Profitability of Public Manufacturing in Indonesia</i> Kartiksari, D. dan Merianti, M (2016)	$X_1 =$ Leverage $X_2 =$ Ukuran Perusahaan $Y =$ Kinerja Keuangan (Profitabilitas)	<ol style="list-style-type: none"> Leverage diukur dengan rasio utang terhadap ekuitas. Rasio utang berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan
5	<i>Corporate social responsibility, Risk Factor and Financial Performance of</i>	$X_1 =$ CSR $Y =$ Kinerja Keuangan Perusahaan	Hasil regresi menunjukkan bahwa pengeluaran CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan yang

No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
	<i>Listed Firms in Ghana</i> John Gartchie Gatsi, Comfort Ama, Akorfa Anipa, Samuel Gameli Gadzo and Joseph Ameyibor (2016)		terdaftar memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan profitabilitas perusahaan yang diukur dengan LROEit
6	<i>Corporate social responsibility, Reputation Corp and Financial performance in Korea</i> SeHyun Park (2017)	$X_1 =$ CSR $X_2 =$ Reputasi Perusahaan $Y =$ Kinerja Keuangan Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> Visibilitas secara positif memoderasi antara CSR & reputasi perusahaan, berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan jangka panjang.

7	<i>The Impact of and internal controls on stakeholders 'View of the firm and financial performance'</i> Orhan Akisik, Graham Gal (2017)	$X_1 =$ Corporate Social Responsibility $Y =$ Kinerja Keuangan Perusahaan Variabel Kontrol adalah <i>Internal control</i>	Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dipengaruhi oleh laporan CSR dan pengendalian internal, dalam perusahaan berkinerja tinggi dan berkinerja rendah.
8	<i>The effect of firm size on performance of firms in Nigeria</i> Olawale Lukman. S, Ilo, Bamidele. M, Lawal, dan Fatai. K (2017)	$X_1 =$ Ukuran perusahaan $X_2 =$ Total Aset $X_3 =$ Total Penjualan $Y =$ Kinerja Keuangan Perusahaan Variabel Kontrol dalam penelitian ini adalah Leverage dan Modal Kerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan dalam hal total aset memiliki efek negatif pada kinerja perusahaan nonkeuangan Nigeria 2. Dalam hal total penjualan memiliki dampak positif. 3. Adapun variabel kontrol, hubungan positif antara ROE dan leverage dan dampak modal kerja terhadap ROE secara statistik tidak signifikan.

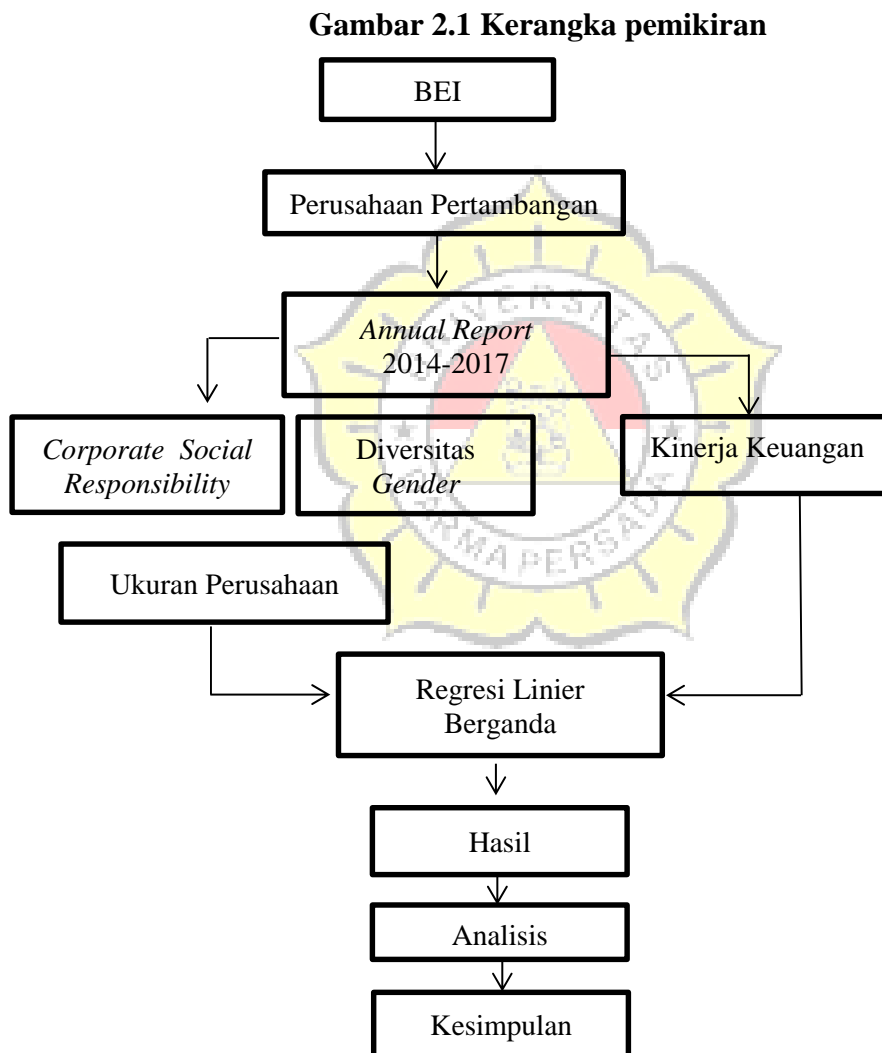
No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
9	<i>Effect of firm size on financial performance on banks: Case of commercial banks in Kenya. International</i> Muhindi, K. A. & Ngaba, D. (2018).	$X_1 =$ Ukuran Perusahaan $X_2 =$ Jumlah Cabang $X_3 =$ Basis Modal $X_4 =$ Setoran Pelanggan $X_5 =$ Kualitas Buku Pinjaman $Y =$ Kinerja Keuangan Perusahaan	Hubungan positif antara ukuran perusahaan dan kinerja keuangan bankbank komersial di Kenya.

10	<p><i>Corporate social responsibility and future financial performance: Evidence from Tehran Stock Exchange</i></p> <p>Mahdi Salehi, Mahmoud Lari DashtBayaz dan Sohila Khorashadizadeh (2018)</p>	<p>X₁ = CSR Y = Kinerja Keuangan Perusahaan</p>	<p>Hubungan positif dan signifikan antara pengeluaran CSR dan kinerja keuangan perusahaan sebagaimana diproksikan oleh perubahan di masa depan dalam pengembalian aset dan arus kas operasi yang diukur dengan total aset.</p>
11	<p><i>Commitment in Corporate Social Responsibility and Financial Performance: a Study in the Tunisian Context</i></p> <p>Haifa Chtourou Mohamed Triki , (2017)</p>	<p>X₁ = CSR Y = Kinerja Keuangan Perusahaan</p> <p>Variabel Kontrol dalam penelitian ini adalah Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Hutang Perusahaan</p>	<p>Hubungan positif antara komitmen untuk bertanggung jawab sosial dan kinerja keuangan, bahwa bisnis perlu mengidentifikasi tindakan yang relevan yang dapat meningkatkan laba.</p>
12	<p><i>Corporate Social Responsibility and financial performance nexus: Empirical evidence from south africa firms</i></p> <p>Joseph Dery Nyeadi, Muazu Ibrahim, Yakubu Awudu Sare (2018)</p>	<p>X₁ = CSR Y = Kinerja Keuangan Perusahaan</p>	<p>CSR ditemukan memiliki dampak positif yang kuat pada kinerja keuangan perusahaan di Afrika Selatan.</p>
No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
	<p><i>south africa firms</i></p> <p>Joseph Dery Nyeadi, Muazu Ibrahim, Yakubu Awudu Sare (2018)</p>		

Sumber : Penelitian Terdahulu

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan hasil penalaran atas penemuan penelitian sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, berikut disajikan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti berikut :

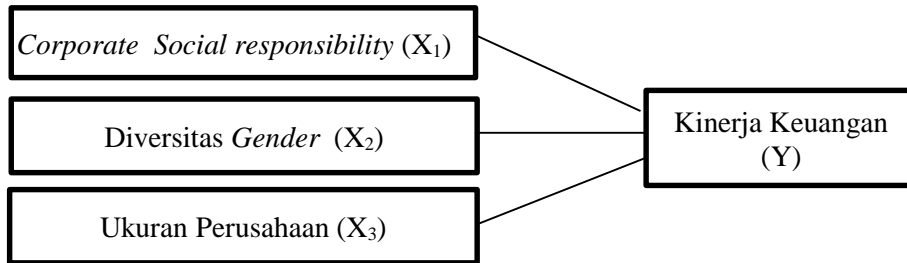


Sumber : Penulis (2019)

2.9 Model Konseptual

Berdasarkan penjelasan diatas, maka variabel dalam penelitian ini adalah :

Gambar 2.2 Model Variabel



Keterangan :

X_1 : *Corporate Social Responsibility*

X_2 : *Diversitas Gender*

X_3 : *Ukuran Perusahaan*

Y : *Kinerja Keuangan (ROA)*

2.10 Hipotesis Penelitian

2.10.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan

Perdebatan penelitian yang banyak terjadi terhadap konteks *CSR* adalah tentang korelasi antara *CSR* dan Kinerja keuangan, (Eldomiati *et al.*, 2016) *CSR* secara positif signifikan mempengaruhi beberapa dimensi kinerja keuangan. Penelitian ini juga sejalan dengan (Salehi *et al.*, 2018) menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara pengeluaran *CSR* dan kinerja keuangan. Namun terjadi perbedaan yaitu Hasil regresi menunjukkan bahwa pengeluaran *CSR* yang dikeluarkan oleh perusahaan memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *LROEit* (Gatsi *et al.*, 2016).

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut maka perumusan hipotesis dari penelitian ini adalah :

H_0 = Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H_a = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.10.2 Pengaruh Diversitas Gender terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Peran wanita dalam manajemen puncak dalam hal ini mampu memberikan kontribusi terhadap kualitas pelaporan akuntansi. Sifat wanita yang cenderung hati-hati dan teliti memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Perbedaan gaya kepemimpinan perempuan dan laki-laki benar-benar fenomena menarik. Sifat perempuan yang cenderung dinamis diharapkan mampu memicu kinerja perusahaan. Tujuan dengan adanya diversitas gender ini diharapkan mampu menstimulus kinerja perusahaan. Keberadaan perempuan dalam dewan direksi dapat memberikan perbedaan pandangan yang luas terhadap pengambilan keputusan secara inovatif dan akurat.

(Godini dan Rancati, 2017) menunjukkan bahwa keberagaman gender yang lebih besar meningkatkan keuntungan dan dukungan ekonomi nilai pemegang saham; karena itu mereka menekankan perlunya menemukan campuran yang tepat antara pria dan wanita yang mengoptimalkan kinerja keuangan perusahaan. (Horak dan Cui, 2017) melakukan analisis komparatif dewan dengan *gender* terdiversifikasi dan dewan dengan *gender* homogen untuk menjawab pertanyaan “mana yang memiliki kinerja yang lebih baik secara *financial*?” Hasilnya menunjukkan bahwa dewan dengan keanekaragaman *gender* memiliki kinerja keuangan yang lebih baik.

Menurut (Desiree dan Kengne, 2016) Hubungan positif dan signifikan antara kehadiran perempuan di antara pemilik dan kinerja keuangan UKM di Afrika Selatan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Thrikawala *et al.*,2016) yang menemukan hubungan negatif yang signifikan secara statistik antara direktur perempuan dan kinerja keuangan, yang menyebabkan luasnya jangkauan bagi perusahaan terhadap pihak eksternal.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut maka perumusan hipotesis dari penelitian ini adalah :

H_0 = Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *diversitas gender* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H_a = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *diversitas gender* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.10.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan

Perusahaan

Hubungan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas atau kinerja keuangan suatu perusahaan menjadi topik spesifik dan perlu diperiksa. Hubungan positif antara ukuran perusahaan dan kinerja keuangan bankbank komersial di Kenya (Muhindi, K.A &Ngaba, D., 2018). Ukuran perusahaan dalam hal total aset memiliki efek negatif pada kinerja perusahaan non-keuangan Nigeria (Lukman *et al.*,2017). Oleh sebab itu, ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian (Kartikasari dan Merianti, 2016) yang menganalisis pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitasnya.

Leverage diukur dengan rasio utang terhadap ekuitas yang menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan diukur dengan total aset dan total penjualan, total aset memiliki pengaruh negatif signifikan, sementara total penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap profitabilitas perusahaan.

Dan sejalan dengan penelitian (Akinyomi dan Olagunju, 2013), pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan. ROA digunakan sebagai proxy untuk profitabilitas dan ukuran perusahaan diproksikan dengan *log aset total* dan *log of turnover*.

Persediaan, likuiditas dan leverage digunakan sebagai variabel kontrol. Hasil menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Adapun variabel kontrol, persediaan memiliki hubungan negatif dengan profitabilitas, sedangkan likuiditas dan leverage hubungan negatif.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut maka perumusan hipotesis dari penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

H_a = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.