

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kinerja Keuangan

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (dalam penelitian Reysa, 2022) Kinerja Keuangan merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan asal daya yang dimilikinya. Kinerja keuangan ialah ilustrasi syarat keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu menyangkut aspek penghimpunan dana juga penyaluran dana, yang umumnya diukur menggunakan indikator kecukupan kapital, likuiditas, dan profitabilitas.

Kinerja keuangan menurut Fahmi (dalam penelitian Reysa, 2022) artinya gambaran asal pencapaian keberhasilan perusahaan bisa diartikan sebagai hasil yang sudah dicapai atas banyak sekali kegiatan yang telah dilakukan. dapat dijelaskan bahwa kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dilakukan buat melihat sejauh mana suatu perusahaan sudah melaksanakan dengan menggunakan hukum-aturan aplikasi keuangan secara baik dan sah.

Definisi III, Secara awam kinerja keuangan artinya perjuangan yang dilakukan setiap perusahaan dalam mengukur serta menilai setiap keberhasilan yg dicapai pada membuat laba, sebagai akibatnya perusahaan dapat melihat prospek, pertumbuhan, dan potensi perkembangan yang sudah dicapai pada perusahaan. Suatu perusahaan bisa dikatakan berhasil apabila sudah mencapai baku dan tujuan yang sudah ditetapkan (Reysa et al., 2022).

Kinerja keuangan dapat diukur menggunakan rasio-rasio keuangan atau dengan menganalisa dan mengevaluasi laporan keuangan. Dalam penelitian ini, pengukuran kinerja keuangan menggunakan rasio ROE atau *Return on Equity*, rasio ini menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari modal yang dimiliki baik modal sendiri maupun modal yang disetor oleh pemegang saham, dengan kata lain ROE mengukur pengembalian atas modal. Secara sederhananya, ROE adalah hasil perbandingan antara laba bersih perusahaan setelah dikurangi pajak (*earnings after tax*) dan total modal yang dimilikinya (Rakasiwi, 2023).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kinerja Keuangan adalah hasil evaluasi terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangan dengan cara yang efisien dan efektif. Hal ini mencakup pencapaian laba, pengelolaan dana, serta pemenuhan kewajiban kepada para pemangku kepentingan. Penilaian kinerja keuangan perusahaan dapat dilakukan melalui analisis laporan keuangan dengan menggunakan berbagai rasio keuangan, salah satunya adalah *Return On Equity* (ROE).

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial maupun lingkungan fisik sekitar di mana perusahaan itu berada. Kegiatan yang dilakukan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Kegiatan yang

dilakukan dengan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut. Kegiatan yang dilakukan dapat juga berupa pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut melaksanakan kegiatannya. Dengan demikian, CSR adalah aktivitas bisnis di mana perusahaan bertanggung jawab secara sosial kepada pemangku kepentingan dan masyarakat luas sebagai bentuk perhatiannya dalam meningkatkan kesejahteraan dan pemeliharaan lingkungan dan berdampak positif bagi keberlangsungan lingkungan hidup. (Anshary, 2022)

Menurut ISO 26000 (dalam penelitian Asahra & Pesudo, 2023) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu organisasi yang mengambil tanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan dari keputusan serta aktivitasnya secara transparan dan etis, sehingga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. ISO 26000 mencakup berbagai area, termasuk tata kelola, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, operasi bisnis yang adil, isu konsumen, lingkungan, serta keterlibatan dan pengembangan komunitas,

CSR adalah kewajiban perusahaan dan bukan kebaikan dari perusahaan, hal tersebut sesuai dengan ketentuan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Menurut Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Perseroan Terbatas, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

(TJSL) 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. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan ini selanjutnya dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR harus dilaksanakan oleh perseroan sesuai dengan amanat Undang-undang, yang kalau tidak dilaksanakan akan dikenakan sanksi.

Pada Buku Rochmaniah (2020) Berikut berbagai definisi CSR dari beberapa ahli dan lembaga-lembaga internasional:

- a. The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), merumuskan CSR sebagai *“The continuing commitment by business to be have ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community anda society at large to improve their quality of life”*. (Azheri, 2012:21)

(Komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat lainnya)

- b. Indonesia Business Links, CSR adalah *“The commitment of business to minimize its negative impact and maximize its positive contributions to all stakeholders in connection in economic, social*

and environmental aspects to achieve sustainable development.”

(Lako, 2011:45)

(Komitmen bisnis untuk mengurangi dampak negatif dan memaksimalkan kontribusi positif untuk semua stakeholders (pemangku kepentingan) dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan).

- c. Kotler & Lee mendefinisikan CSR sebagai komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya korporasi
- d. Michael Hopkins, menyatakan CSR berkaitan dengan perlakuan perusahaan terhadap stakeholders baik yang berada didalam maupun diluar perusahaan, termasuk lingkungan, bertanggungjawab secara dengan etis atau memperlakukan stakeholders dengan cara yang bisa diterimanya. (Azheri, 2012:26)
- e. European Union memberikan definisi CSR yaitu sebuah konsep dengan mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan. (Azheri, 2012:20-21)

Dari semua definisi diatas, dapat ditarik penjelasan, bahwa pengertian CSR mencakup hal-hal berikut:

- a. Pelaksanaan CSR untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.
- b. Sasaran CSR adalah stakeholders yang terdiri dari stakeholders internal dan eksternal perusahaan.
- c. Bidang kerja CSR meliputi manusia dan lingkungannya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas usahanya, yang dijalankan secara transparan dan etis guna mendukung pembangunan berkelanjutan. Secara esensial, CSR bukan sekadar kegiatan filantropi melainkan kewajiban legal dan moral perusahaan untuk berkontribusi positif terhadap masyarakat, terutama di sekitar lingkungan, pemberdayaan masyarakat, Pendidikan, maupun pembangunan fasilitas umum. Implementasi CSR juga mencakup upaya perusahaan untuk meminimalkan dampak negatif operasional sekaligus memaksimalkan kontribusi positifnya dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Dengan demikian, CSR menjadi faktor krusial dalam membangun reputasi perusahaan, memperkuat hubungan harmonis dengan masyarakat, serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Branco dan Rodrigues (dalam penelitian Rochmaniah, 2020), membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan

kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan. Yaitu dari sisi internal dan eksternal.

a. Manfaat internal CSR yaitu :

- 1) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia dengan mengadakan kegiatan pengembangan ketrampilan yang dimiliki pegawai, yang berdampak pada efektifitas sistem manajemen sumber daya manusia. Kegiatan ini dapat menaikkan kesetiaan dan dukungan dari pegawai.
- 2) Perusahaan lebih peduli terhadap lingkungan dengan melakukan tindakan meminimalisir bahkan meniadakan pencemaran sebagai hasil olahan produksi perusahaan, dan hal ini berdampak pada relasi yang baik dengan supplier.
- 3) Mewujudkan budaya organisasi, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik. Perusahaan dapat mengenalkan CSR dan mempunyai keinginan untuk belajar. Terdapat koordinasi antar fungsi didalam perusahaan, disamping itu ada peningkatan peran serta pegawai di internal perusahaan dan kemampuan pegawai.
- 4) Pelaksanaan CSR menyebabkan kinerja keuangan menjadi lebih baik dan menaikkan kepemilikan modal.

b. Manfaat Eksternal CSR

- 1) Implementasi CSR akan menaikkan citra perusahaan sebagai lembaga yang menumbuhkan tanggungjawab sosial, hal ini

berkaitan dengan service of excellent yang diberikan kepada stakeholders eksternal.

- 2) CSR adalah produk pembeda yang sangat disarankan kepada perusahaan, hal ini berarti produk ini termasuk dalam kategori ramah lingkungan dan hasil dari perusahaan yang telah melaksanakan tanggungjawabnya kepada masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan melakukan CSR sesuai dengan kekhasan dari perusahaan tersebut.
- 3) Pelaksanaan CSR adalah indikator komunikasi yang baik antara perusahaan dengan khalayak. Pada akhirnya, semua pihak mendukung mewujudkan citra dan nama baik perusahaan, dan menunjang hubungan baik antara perusahaan dan karyawan dengan komunitas menjadi lebih terikat dan menyatu.
- 4) Sumbangan CSR terhadap kinerja perusahaan dapat berupa kesempatan sebagai penghargaan terhadap perilaku yang baik dari perusahaan dan kapasitas perusahaan dalam melindungi dirinya dari dampak yang tidak baik dari perilaku yang buruk.

3. Konsep *Corporate Social Responsibility*

Konsep *Corporate Social Responsibility* atau tanggungjawab sosial perusahaan memberikan wajah baru bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Kepedulian ini didasari oleh pemikiran bahwa kegiatan produksi menimbulkan dampak terhadap lingkungan dan sosial ekonomi di sekitar perusahaan, baik itu secara

langsung maupun tidak langsung. Gray et al (dalam penelitian Rochmaniah, 2020), perusahaan bertanggungjawab secara sosial ketika manajemen memiliki visi atas kinerja operasional dengan mengutamakan laba tetapi juga harus memperhatikan lingkungan yang ada di sekitarnya.

Princes of Wales Foundation (dalam penelitian Rochmaniah, 2020), terdapat lima hal penting yang mempengaruhi implementasi CSR yaitu:

a. Human Capital

Salah satu tujuan CSR adalah memberdayakan masyarakat dengan hasil akhir, masyarakat yang mandiri dalam segala aspek kehidupan.

b. Environments

Lingkungan sekitar yang bebas dari limbah perusahaan, yang berdampak pada masyarakat dan lingkungan alam.

c. *Good Corporate Governance*

Tata kelola perusahaan yang baik dapat mewujudkan tujuan yang akan dicapai, salah satunya dengan perilaku peduli pada masyarakat dan pengalokasian sumber daya perusahaan menurut hak dan kewajiban.

d. Social Cohesion

Pelaksanaan CSR dengan azas keadilan dan pemerataan dan tidak menimbulkan kecemburuan sosial.

e. Economic Strength

Pemberdayaan lingkungan menuju kemandirian masyarakat secara ekonomi.

4. Kategori *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Uraian tentang bentuk-bentuk tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR dan juga jenis-jenis CSR dapat membawa pada kesimpulan bahwa perusahaan yang telah melaksanakan CSR dimasukkan dalam empat kategori bawah ini menurut Rahman dan Fajar (dalam penelitian Rochmaniah, 2020) dari CSR Review, yaitu :

a. Kelompok Hitam

Merupakan perusahaan yang tidak melakukan praktek CSR sama sekali, dimana mereka menjalankan bisnis semata-mata untuk kepentingan sendiri, bagaimana mendapatkan hasil semaksimal mungkin dan tidak peduli kepada lingkungan dan masyarakat sekitar serta tanpa mempertimbangkan efek negatif yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan tersebut.

b. Kelompok Merah

Merupakan perusahaan yang mulai melakukan CSR tetapi memandangnya sebagai beban, yaitu komponen biaya yang akan mengurangi keuntungan, karena CSR dianggap tidak memiliki dampak positif bagi perusahaan. Perusahaan melakukan CSR karena keterpaksaan akibat tekanan dari masyarakat atau pihak lain. Perusahaan selalu menggunakan alasan ekonomis dimana kondisi

perusahaan masih dalam tahap perkembangan, sehingga masih fokus untuk mendapat keuntungan yang maksimal.

c. Kelompok Biru

Merupakan perusahaan yang berpendapat bahwa kegiatan CSR akan memberikan dampak positif terhadap bisnis dan menganggap CSR sebagai investasi jangka panjang, yang akan memberikan dampak bagi perusahaan berupa citra positif dan bagi masyarakat berupa kontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. Perusahaan ini telah menetapkan program yang tepat sasaran, dengan tujuan yang terukur dan dijalankan secara berkelanjutan.

d. Kelompok Hijau

Merupakan perusahaan yang telah melaksanakan CSR dan menempatkannya sebagai nilai inti dan menganggapnya sebagai suatu keharusan, bahkan kebutuhan. CSR telah menjadi filosofi dari setiap langkah dan keputusan yang diambil oleh perusahaan, yang berkorelasi dengan kepentingan internal maupun eksternal. Perusahaan sangat memperhatikan aspek lingkungan, sosial dan kesejahteraan karyawan serta melaksanakan prinsip transparansi dan akuntabilitas.

2.3 Profitabilitas

1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas Menurut Sutrisno (dalam penelitian Bisnis, 2023),
“Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk

menghasilkan laba dengan segala cara”. Menurut Sofyan Syafri Harahap (dalam penelitian Bisnis, 2023), Profitabilitas adalah “operasional, kas. Menjelaskan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan melalui semua keterampilan dan sumber daya yang tersedia, termasuk modal, jumlah karyawan, dan jumlah cabang perusahaan”. Sedangkan menurut Brigham dan Houston (dalam penelitian Bisnis, 2023), “Profitabilitas adalah pengembalian akhir atas seperangkat kebijakan dan keputusan perusahaan”. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan sendiri, *Profitability Goal*.

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas terdiri dari imbal hasil atas investasi untuk menilai imbalan keuangan kepada penyedia pendanaan ekuitas dan utang, kinerja operasi untuk mengevaluasi margin laba dari aktivitas operasi dan pendayagunaan asset (asset utilization) untuk menilai efektifitas dan intensitas asset dalam menghasilkan penjualan juga disebut perputaran (turnover) (Subramanyam, 2017).

Tujuan akhir yang dicapai oleh sebuah bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan atau profit sebesar-besarnya. Rasio Profitabilitas digunakan untuk mengukur jumlah keuntungan yang

dihasilkan perusahaan (Bisnis, 2023). Menurut Kasmir (dalam penelitian (Bisnis, 2023), “Rasio profitabilitas adalah ukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba”. Menurut Brigam and Houston Profitability Indicators (dalam penelitian (Bisnis, 2023) “Satu set indikator dampak gabungan likuiditas, manajemen aset dan kewajiban pada pendapatan operasional, total aset, dan pengembalian ekuitas saham biasa”.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki. Profitabilitas juga merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan.

2. Pengukuran Tingkat Profitabilitas

Ada beberapa pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri. Secara keseluruhan ketiga pengukuran ini akan memungkinkan seorang penganalisa untuk mengevaluasi tingkat earning dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan (Syamsudin, 2013).

Disini perusahaan ditekankan pada profitabilitas, karena untuk dapat melangsungkan hidupnya. Suatu perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan atau *profitable*. Tanpa adanya

keuntungan akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditur, pemilik perusahaan dan terutama sekali pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan ini, karena disadari betul betapa pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan (Syamsudin, 2013).

Berdasarkan teori, the Rasio Profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa menguntungkan suatu perusahaan, dengan menggunakan semua elemen perusahaan yang terkandung di dalamnya untuk mencapai keuntungan yang maksimal, maka dapat disimpulkan bahwa rasio tersebut adalah Indikator Profitabilitas (Bisnis, 2023). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas diantaranya yaitu *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Return On Investment* dan *Earning Per Share* (Soemohadiwidjojo, 2015:79).

Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan satu indikator yaitu Return On Asset (ROA) sebagai pengukurannya. ROA (*Return On Assets*) adalah rasio antara laba bersih terhadap total aktiva. ROA (*Return On Assets*) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. (Syamsudin, 2013)

Return On Assets merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan (Hayati, 2022). Menurut (Fahmi, 2014) *Return On Assets* ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.

2.4 Leverage

1. Pengertian *Leverage*

Pada penelitian Lubis & Nugroho (2024) Wiagustini menyatakan bahwa *leverage* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kembali kewajiban keuangan jangka pendek dan jangka panjang atau kemampuan mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang.

Menurut Irham Fahmi (2015:106) bahwa *leverage* ialah mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang, penggunaan utang yang terlalu banyak akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan terjatuh ke dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut.

Kasmir (2012:150) menyatakan bahwa *leverage* atau solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang.

Brigham dan Houston (2010:140) menyatakan dalam bukunya bahwa *leverage* adalah rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan pembiayaan melalui utang (*financial leverage*) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan utang.

Penggunaan utang diharapkan perusahaan mendapat respon yang baik dari pihak eksternal. Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, dan Gede Putu Agus Jana Susila (2019:79) menyatakan dalam jurnalnya tidak baik menggunakan utang dalam jumlah yang terlalu berlebihan karena dikhawatirkan akan terjadi suatu penurunan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Artinya, semakin tinggi nilai *leverage* akan menggambarkan investasi yang dilakukan investor beresiko tinggi, dan sebaliknya nilai *leverage* yang rendah akan menunjukkan investasi yang dilakukan seorang investor beresiko rendah.

Berdasarkan definisi dan teori diatas dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan masalah yang penting bagi setiap perusahaan karena baik buruknya utang akan memiliki efek yang langsung terhadap posisi finansial perusahaan. Suatu perusahaan dengan pengelolaan yang kurang optimal dan mempunyai tingkat utang

yang tinggi akan menjadi beban yang berat bagi perusahaan yang bersangkutan dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut (Lubis & Nugroho, 2024).

Berdasarkan definisi dan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa *Leverage* merupakan masalah penting bagi perusahaan. Baik buruknya utang akan memiliki efek langsung terhadap posisi finansial perusahaan.

2. Jenis-jenis *leverage*

Menurut Dewi Astuti (dalam penelitian Lubis & Nugroho, 2024) *leverage* terdiri dari 2 macam, yaitu:

a. *Operating leverage (Leverage Operasi)*

Leverage operasi dapat lebih tepat didefinisikan sebagai pengaruh perubahan volume penjualan terhadap laba setelah bunga dan pajak (EBIT).

b. *Financial Leverage (leverage Keuangan)*

Leverage keuangan mempengaruhi laba yang tersedia untuk pemegang saham biasa. Tingkat *leverage* keuangan adalah presentase perubahan laba yang tersedia bagi pemegang saham biasa yang diakibatkan oleh perubahan EBIT.

3. Pengukuran Tingkat *Leverage*

Ada tiga ukuran *leverage* yang sering digunakan sebagai proxy dari struktur modal yaitu rasio total *debt to total asset*, rasio *long-term debt to total asset* dan *short-term debt to total asset*. Adapun

Mulyadi (dalam penelitian Maqfida, 2021) menyebutkan ada beberapa pengukuran yang digunakan perusahaan untuk menilai *leverage* perusahaan yaitu sebagai berikut:

a. *The debt ratio* atau *debt to asset ratio* (DAR)

The debt ratio dihitung dengan membagi total kewajiban dengan total aset

b. *Long term debt to equity ratio* (DER)

Long term debt to equity ratio dihitung dengan membagi kewajiban jangka panjang dengan modal sendiri

c. *Longterm debt to capitalization ratio*

Longterm debt to capitalization ratio dihitung dengan membagi hutang jangka panjang dengan modal jangka panjang.

d. *Time interest earned*

Time interest earned dihitung dengan membagi laba bersih operasi atau laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga.

e. *Total debt coverage*

Total debt coverage dihitung dengan membagi laba bersih operasi atau laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan pembayaran pokok pinjaman dan beban bunga.

f. *The overall coverage ratio*

The overall coverage ratio dihitung dengan membagi EBIT dan lease payment dengan pokok pinjaman dan dividen saham

preferen dilakukan atas dasar sesudah pajak, maka harus disesuaikan atas dasar sebelum pajak.

Mengingat hutang adalah instrument yang sensitif terhadap perubahan nilai perusahaan. Semakin tinggi proporsi hutang maka semakin tinggi harga saham karena penggunaan hutang diharapkan mampu menambah tingkat pengembalian perusahaan sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan harga perusahaan tersebut melalui pemenuhan modal yang dibutuhkan perusahaan dalam rangka melancarkan kegiatan operasional (Maqfida, 2021).

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Leverage*

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi *leverage* perusahaan menurut Lyna Yuliana dan Etna Nur Afri Yuyetta (dalam penelitian Lubis & Nugroho, 2024) adalah sebagai berikut:

a. Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang ukurannya besar akan lebih aman dalam memperoleh utang karena perusahaan mampu dalam pemenuhan utang dengan adanya diversifikasi yang lebih luas dan arus kas yang stabil dan struktur modalnya juga akan meningkat.

b. Tingkat Jaminan

Tingkat jaminan berhubungan dengan besarnya suatu aset berwujud yang dimiliki oleh perusahaan untuk dijadikan jaminan terhadap kreditur atas pinjaman yang telah dilakukan. Semakin tinggi tingkat jaminan yang diberikan suatu perusahaan kepada

kreditur, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan kreditur terhadap perusahaan, karena semakin tinggi jaminan yang diterima kreditur mencerminkan semakin kecil risiko kerugian kreditur apabila perusahaan tidak sanggup membayar kembali utangnya.

c. Reputasi

Reputasi perusahaan erat kaitannya dengan nama baik dan citra perusahaan di mata pihak eksternal. Ketika perusahaan dapat memenuhi kewajibannya untuk membayar kewajiban hutangnya kepada krediturnya tepat waktu, maka perusahaan akan memiliki reputasi yang baik di mata kreditur, sehingga tingkat kepercayaan kreditur terhadap perusahaan juga akan meningkat. Reputasi perusahaan yang baik memungkinkan untuk perusahaan lebih dikenal dan dipercaya oleh pasar, sehingga perusahaan bisa lebih mudah memperoleh pinjaman dari kreditur.

d. Kebijakan Dividen

Kondisi keuangan perusahaan dapat dilihat dari pembayaran dividen, karena perusahaan diasumsikan akan membayar dividen hanya jika perusahaan mendapatkan laba yang tinggi dan memiliki dana internal yang memadai. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan akan tetap membagikan dividen walaupun perusahaan sedang dalam kondisi yang menderita kerugian guna meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan

tetap memberikan dividen kepada para pemegang saham akan menguatkan asumsi dan kepercayaan mereka dan menilai bahwa kondisi perusahaan cukup potensial. Semakin besar jumlah dividen yang dibagikan suatu perusahaan kepada para pemegang sahamnya, maka semakin baik penilaian manajemen perusahaan karena dianggap menguntungkan dan otomatis semakin baik pula penilaian perusahaan tersebut.

2.5 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang menjadi sumber referensi pada penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rivona Yuniska Qilmi (2021)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019) (Qilmi, 2021)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE), sehingga H1 ditolak (0,228 > 0,05). Sebaliknya, profitabilitas (H2 diterima, 0,000 < 0,05) dan leverage (H3 diterima, 0,000 < 0,05) berpengaruh positif signifikan.

				<p>Keterbatasan penelitian meliputi penggunaan hanya tiga variabel, satu proksi (ROE), dan sampel dari sektor pertambangan.</p> <p>Peneliti menyarankan penelitian selanjutnya untuk menggunakan lebih banyak variabel, proksi, dan sampel yang lebih luas.</p>
2	Michael Christopher Hartanto, Clara Susilowati (2024)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Hartanto & Susilowati, 2024)	Kuantitatif	
3	Erik Irvansyah, Indah Sri Wahyuni, Santi Komala Dewi, Rudi Sanjaya Fakultas (2024)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan (BUMN) Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2023 (Irvansyah et al., 2024)	Kuantitatif	<p>(1) Corporate Social Responsibility (CSR) tidak signifikan terhadap kinerja keuangan karena banyak perusahaan memiliki indeks GRI-G4 di bawah 46; (2) Leverage juga tidak signifikan, menunjukkan perusahaan tidak bergantung pada utang dan dapat membiayai</p>

				operasional dengan dana sendiri; (3) Ukuran perusahaan signifikan dan berpengaruh negatif, di mana perusahaan besar cenderung memiliki kinerja keuangan lebih rendah karena biaya perawatan aset yang tinggi, sementara perusahaan kecil dengan aset rendah tidak memiliki kewajiban utang, sehingga keuntungan lebih terasa
4	Miftakhul Nur Muqfida (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2019 (Maqfida, 2021)	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2016-2019. 2. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2016-2019. 3. Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan

				manufaktur periode 2016-2019.
5	Sendi Gusnandar Arnan, Bunga Indah Bayunitri, Ignatius Oki Dewa Brata, R. Roosaleh Laksono, Yogo Heru Prayitno. (2024)	PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN LEVERAGE TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN TRANSPORTASI (Corporate et al., 2024)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021; b) Leverage berpengaruh terhadap kinerja perusahaan; c) Secara simultan, Corporate Social Responsibility dan Leverage berpengaruh terhadap kinerja perusahaan transportasi pada periode yang sama.

Sumber: Berbagai Jurnal Penelitian, 2024.

2.6 Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial dan masyarakat di sekitarnya.

Dalam konteks teori legitimasi dan teori stakeholder, perusahaan yang aktif melaksanakan CSR dinilai lebih dipercaya public, sehingga dapat meningkatkan reputasi dan memperkuat loyalitas pelanggan serta hubungan

dengan investor. Dampak positif ini dapat berdampak jangka panjang terhadap peningkatan kinerja keuangan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ifa Nongki Safitri et al., (2021) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan *Property And Real Estate* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019) dan penelitian Ahyani & Puspitasari (2019) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan *Properti Dan Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis mengenai *Corporate Social Responsibility* dengan Kinerja Keuangan dapat disusun sebagai berikut:

H₁ = Terdapat Pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Kinerja Keuangan.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Kinerja Keuangan.

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula cadangan dana internal perusahaan yang dapat digunakan untuk ekspansi usaha, investasi jangka panjang, serta pembayaran dividen. Hal ini akan memperkuat kinerja keuangan dan meningkatkan daya Tarik perusahaan di mata investor.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rivona Yuniska Qilmi (2021) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan

Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019) dan penelitian Ifa Nongki Safitri et al., (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap kinerja keuangan (Studi Pada Perusahaan *Property And Real Estate* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis mengenai Profitabilitas dengan Kinerja Keuangan dapat disusun sebagai berikut:

H₂ = Terdapat Pengaruh Profitabilitas terhadap Kinerja Keuangan.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Kinerja Keuangan.

Leverage menunjukkan seberapa besar perusahaan bergantung pada dana pinjaman dalam membiayai aktivitas operasional dan investasi. Jika leverage dikelola dengan baik, maka perusahaan dapat memanfaatkan daya ungkit finansial untuk meningkatkan laba dan efisiensi penggunaan modal. Namun, *Leverage* yang terlalu tinggi juga dapat meningkatkan risiko finansial dan beban bunga, yang justru dapat menurunkan kinerja keuangan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rivona Yuniska Qilmi (2021) menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019) dan penelitian Ifa Nongki Safitri et al., (2021) menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan *Property And Real Estate* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis mengenai *Leverage* dengan Kinerja Keuangan dapat disusun sebagai berikut:

H₃ = Terdapat Pengaruh *Leverage* terhadap Kinerja Keuangan.