

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori *Corporate Social Responsibility*

Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga kesinambungan dan keseimbangan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat diwujudkan dalam konsep CSR. Konsep CSR ini didasari pada keseimbangan perusahaan dalam mengelola keuntungan, orang-orang yang berada disekitar perusahaan maupun bekerja pada perusahaan, dan lingkungan hidup dimana perusahaan berada. Dengan menjaga keseimbangan ini perusahaan sudah memulai jalan menuju kepada keberlanjutan atau *sustainability*. Selain itu, CSR dalam penerapannya dilandaskan kepada 3 teori, yakni teori pemangku kepentingan, teori legitimasi, dan teori sinyal. Ketiga teori ini mendukung adanya CSR untuk dilakukan oleh perusahaan karena dengan melakukan CSR perusahaan telah berinvestasi untuk mencapai tujuan perusahaan secara global.

2.1.1. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholder* perusahaan. Dimana eksistensi sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh ada atau tidaknya dukungan dari *stakeholder* perusahaan yang diungkapkan oleh Chariri (2007) dalam Ajilaksana (2011). *Stakeholder* adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh

perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, *stakeholder* dapat meliputi: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan, lembaga pemerhati lingkungan, pekerja perusahaan, dan lain-lain yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Adanya pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan para pemangku kepentingan yang berbeda-beda. Tujuan utama dari perusahaan adalah menyeimbangkan konflik antara *stakeholders* dengan cara memenuhi tujuan dari masing-masing pemangku kepentingan yang terkait. Melakukan CSR membuat perusahaan dapat mengurangi konflik antara perusahaan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) mereka (Wu et al., 2017).

Menurut Hadi (2011) dalam Utami (2017), pemangku kepentingan yang ada di dalam perusahaan dapat digolongkan menjadi 2 kelompok berdasarkan kepentingan yang dimiliki, yakni *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer merupakan pihak pemangku kepentingan yang memiliki kepentingan ekonomi dan memiliki tanggungan risiko secara langsung terhadap perusahaan, sedangkan *stakeholder* sekunder adalah pemangku kepentingan yang tidak memiliki kepentingan ekonomi terhadap perusahaan, dan ekonomi perusahaan serta keberlangsungannya tidak dipengaruhi oleh eksistensi *stakeholder* sekunder ini. Pihak yang termasuk dalam *stakeholder* primer adalah karyawan perusahaan, investor (pemodal), dan masyarakat umum dimana perusahaan berada dan beroperasi. Yang merupakan kelompok *stakeholder*

sekunder adalah serikat pekerja, dunia media, dan lembaga kemasyarakatan atau lembaga sosial masyarakat. *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai sebuah konsep dalam menjalankan organisasi secara menguntungkan, namun ditunjukkan dengan cara bertindak yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, secara sukarela untuk bisa mencapai keberlanjutan bisnis dan dapat mencapai kepuasan para *stakeholder* (Brenda et al., 2016). Berdasarkan asumsi teori stakeholder, maka perusahaan yang ingin tetap eksis tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab terhadap lingkungan sosialnya. Perusahaan harus menjaga legitimasi para pemangku kepentingan dan memposisikan *stakeholder* pada saat perusahaan menyusun kerangka kebijakan dan mengambil keputusan.

2.1.2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi adalah cara perusahaan untuk menyusun strategi dan mencapai keberlanjutan perusahaan. Teori legitimasi menunjukkan bagaimana perusahaan berusaha untuk dapat menyesuaikan diri dengan persepsi dan asumsi dari masyarakat yang ditujukan kepada perusahaan. Persepsi dan asumsi legitimasi ini meliputi hukum sosial terkait dengan sistem norma, nilai-nilai, dan kepercayaan masyarakat di tempat perusahaan beroperasi. Gray et al. (1995) dalam Ajilaksana (2011) menyatakan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang menggunakan orientasi keberpihakan kepada masyarakat dan pemerintah. Dengan demikian perusahaan cenderung menggunakan pengukuran kinerja dan pengungkapan informasi sesuai dengan lingkungannya. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat melegitimasi aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan di pandangan masyarakat, dan memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Corporate Social Responsibility yang dilakukan dan diungkapkan dapat dijadikan salah satu upaya perusahaan untuk bisa memenuhi legitimasi dari masyarakat. CSR merupakan cara paling dekat untuk bisa memenuhi keselarasan eksistensi perusahaan dengan lingkungan masyarakat, bahkan dengan hukum yang berlaku. Dengan melakukan CSR, perusahaan akan memperoleh legitimasi dari masyarakat. Masyarakat di luar perusahaan menjadi menerima dan mendukung keberadaan perusahaan. Hal ini dikarenakan masyarakat menilai perusahaan memiliki itikad baik. Penerimaan serta dukungan masyarakat atas eksistensi perusahaan akan membawa perusahaan menuju kehidupan perusahaan yang berkelanjutan (*sustainability*).

2.1.3. Teori Sinyal (*Signal Theory*)

Utami (2017) menyatakan bahwa teori sinyal membahas mengenai dorongan bagi pihak internal perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal perusahaan. Dorongan ini disebabkan karena adanya kesenjangan atau asimetri informasi antara pihak manajemen internal perusahaan dan pihak eksternal. Untuk mengurangi kesenjangan informasi maka perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan.

Salah satu informasi yang perlu bahkan wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan pada pihak eksternal adalah informasi tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Informasi CSR ini dapat diungkapkan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan.

Informasi CSR yang disampaikan merupakan suatu sinyal perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja perusahaan dalam jangka panjang karena CSR terkait dengan *acceptability* dan *sustainability*, yang artinya perusahaan diterima dan berkelanjutan untuk dijalankan di suatu tempat dalam jangka panjang. Perusahaan yang melakukan pengungkapan memiliki tujuan untuk meningkatkan reputasi sosial perusahaan.

2.2. Corporate Social Responsibility

2.2.1. Pengertian Corporate Social Responsibility

Pengertian menurut Bank Dunia, *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai suatu persetujuan atau komitmen perusahaan sebagai perusahaan yang bermanfaat bagi pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, bekerja dengan para perwakilan dan perwakilan mereka, masyarakat setempat dan masyarakat dalam ukuran yang lebih luas, untuk dapat meningkatkan kualitas hidup, dengan demikian eksistensi perusahaan tersebut akan baik bagi perusahaan itu sendiri dan baik juga bagi pembangunan perekonomian semua pihak terkait. Menurut Bowen (1953) dalam Senyigit dan Shuaibu (2017) pengertian *Corporate Social Responsibility* adalah kewajiban sosial yang dilakukan oleh perusahaan dengan mengikuti kebijakan yang telah ditetapkan dan mengikuti garis aturan yang sudah ditentukan dengan harapan mencapai tujuan dan nilai-nilai di dalam masyarakat.

Corporate Social Responsibility adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang dilakukan sebagai wujud kesadaran akan adanya pihak-pihak eksternal yang terkait dengan kelangsungan hidup perusahaan. Dimana CSR

yang dilakukan oleh perusahaan merupakan tindakan yang dilakukan secara sukarela sesuai dengan kemampuan perusahaan itu sendiri dan merupakan bentuk perwujudan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan disekitar tempat berdiri dan beroperasionalnya perusahaan.

CSR memiliki tujuan untuk membantu tercapainya kesejahteraan para pemangku kepentingan serta pada akhirnya akan meningkatkan profit perusahaan dan terciptanya keberlangsungan hidup atau keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Lako pada tahun 2011 bahwa perusahaan harus memiliki suatu komitmen untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan ekologis kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk CSR.

2.2.2. Landasan Hukum *Corporate Social Responsibility*

Di Indonesia, kesadaran untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan mulai berkembang terutama pada perusahaan Perseroan Terbatas. Sebagaimana telah di atur dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat (1)-(4) menyatakan bahwa:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

2.2.3. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Branco dan Rodrigues (2013) dalam Utami (2017), manfaat dari *Corporate Social Responsibility* dibagi menjadi dua bagian terkait dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh perusahaan. Manfaat *Corporate Social Responsibility* dilihat dari sisi internal dan sisi eksternal perusahaan.

1. Manfaat Internal *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan, antara lain:
 - a. Dengan memberikan pelatihan dan pengembangan terhadap sumber daya manusia yang ada di perusahaan. Ketika susunan aktivitas pelatihan dan pengembangan ini tercapai, akan tercipta para karyawan yang memiliki keterampilan yang tinggi. Karyawan yang memiliki keterampilan yang tinggi dan optimal akan meningkatkan kinerja dan semakin efektif. Misalnya dilakukan peningkatan loyalitas dan moral dari karyawan.
 - b. *Corporate Social Responsibility* akan menciptakan budaya perusahaan, sumber daya manusia berkualitas dan perusahaan yang memiliki reputasi yang baik.

- c. Dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*, kinerja keuangan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan kualitas lingkungan yang meningkat, bukan hanya mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan saja, melainkan bertujuan untuk meningkatkan kepemilikan pemodal atau investor.
2. Manfaat Eksternal *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan, antara lain:
- a. Dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* reputasi perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan di mata masyarakat perusahaan merupakan badan usaha yang berkembang dengan memiliki sikap pertanggungjawaban sosial yang baik. Reputasi yang baik ini membuat perusahaan semakin dikenal oleh masyarakat dan akan menumbuhkan sikap loyal pelanggan terhadap perusahaan.
 - b. *Corporate Social Responsibility* merupakan cara bagi perusahaan untuk melakukan diferensiasi produk. Perusahaan dapat melakukan diferensiasi dengan menciptakan dan menjual produk yang ramah lingkungan sebagai perwujudan tanggung jawab sosial perusahaan. Disisi lain dapat digunakan untuk menciptakan *image* “cinta lingkungan” yang akhir-akhir ini menjadi isu hangat terkait dengan pemanasan global dan kelestarian lingkungan hidup.
 - c. Dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* dan melakukan pengungkapan kepada publik, menjadi cara perusahaan

berkomunikasi dengan masyarakat. Informasi yang tersampaikan kepada publik menjadi cara bagi perusahaan dalam membangun citra dan reputasi perusahaan yang lebih baik di mata publik. Citra dan reputasi yang baik, membuat perusahaan menjadi “lebih disukai” dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan.

Perusahaan dalam pelaksanaannya harus berkomitmen untuk melakukan CSR secara berkelanjutan. Dengan penerapan CSR, perusahaan akan membentuk sebuah lingkaran atau siklus yang terus berputar dan menguntungkan bagi perusahaan. Dimana CSR menjadi bentuk kewajiban yang akan memenangkan banyak pihak dan bermanfaat bagi perusahaan dan semua stakeholder yang terkait, termasuk menciptakan *sustainability* atau keberlanjutan bagi perusahaan.

2.2.4. Komponen Dasar *Corporate Social Responsibility*

Menurut Lako (2011) perusahaan harus memiliki suatu komitmen untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan ekologis kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk CSR atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Artinya jika perusahaan ingin aktivitas ekonominya berkesinambungan dan berjalan dengan baik, maka perusahaan tidak boleh untuk hanya fokus pada satu orientasi berupa keuntungan perusahaan saja, melainkan perusahaan harus berorientasi pada tiga fokus sekaligus yang menjadi orientasi utama aktivitas ekonomi.

Otoritas Jasa Keuangan Indonesia dalam POJK nomor 51 tahun 2017 menyatakan bahwa dalam suatu negara untuk bisa mewujudkan perekonomian nasional yang tumbuh secara stabil dan berkelanjutan, dengan

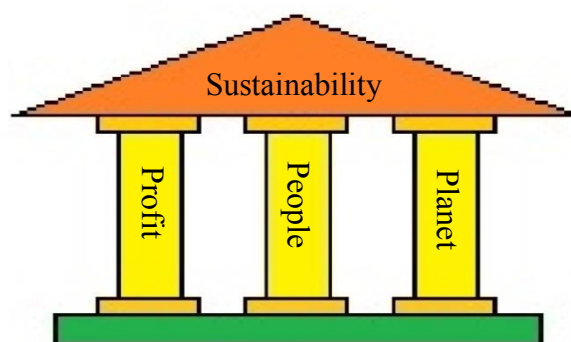
tujuan akhir untuk memberikan kesejahteraan ekonomi dan sosial kepada seluruh rakyat Indonesia, serta melindungi dan kelola lingkungan hidup secara bijaksana, maka proses pembangunan ekonomi harus mengedepankan keselarasan (keseimbangan) antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Dengan mengedepankan keselarasan dari tiga aspek ini, pertumbuhan ekonomi akan tercapai dan stabil, menurunkan kesenjangan sosial, dan meningkatkan kualitas lingkungan hidup dengan segala implikasinya.

Komponen dasar *Corporate Social Responsibility* dikenal dengan istilah 3P yang tidak lain merupakan konsep *triple bottom line* yang populer yang dikemukakan oleh John Elkington (1997) di dalam bukunya yang berjudul “*Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*”. Elkington menyatakan agar dunia usaha perlu untuk mengukur kinerja sukses tidak hanya berdasar pada kinerja keuangan saja, melainkan melihat juga pengaruh dunia usaha terhadap perekonomian secara luas, lingkungan, dan masarakat dimana perusahaan beroperasi.

Konsep *triple bottom line* menyatakan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan harus mencakup tiga dimensi utama yang menjadi pilar-pilar terciptanya *sustainability* (keberlanjutan) yaitu 3P yang terdiri dari *Profit* (mencari keuntungan), *People* (memberdayakan masyarakat), dan *Planet* (memelihara kelestarian alam dan bumi). Komponen *triple bottom line* dapat dilihat pada Gambar 2.1.

Dari Gambar 2.1 dapat kita lihat bahwa konsep 3P mencerminkan pilar utama di dalam membangun bisnis yang berkelanjutan. Masing-masing pilar harus

bediri seimbang sama tinggi sehingga *sustainability* dari usaha bisnis perusahaan dapat terus terjaga. Konsep *Triple Bottom Line* ini yang menjadi dasar konsep dan prinsip dalam melakukan tanggung jawab sosial sebagai bentuk kepedulian perusahaan. Berikut pengertian singkat mengenai tiga pilar dari konsep *Triple Bottom Line*.



Sumber: John Elkington, 1997

Gambar 2.1
Triple Bottom Line

1. Profit

Profit adalah unsur terpenting dan merupakan tujuan utama dari setiap kegiatan bisnis dan usaha yang dilakukan oleh perusahaan (Utami, 2017). Perusahaan harus terus berorientasi untuk memperoleh keuntungan ekonomi, sehingga dengan keuntungan yang diperoleh akan memungkinkan perusahaan terus beroperasi dan terus berkembang. Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif yang menjadi nilai tambah perusahaan di mata konsumen dibandingkan dengan pesaing.

2. *People*

Perusahaan dalam menjalankan bisnis harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat. Mengingat bahwa masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* yang penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan (Utami, 2017). Oleh karena itu, perusahaan sebagai bagian yang tidak dapat di pisahkan dengan masyarakat di lingkungan sekitar, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat.

3. *Planet*

Perusahaan memiliki hubungan sebab-akibat dengan lingkungan, jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Perusahaan memiliki kewajiban untuk peduli terhadap lingkungan dan kelangsungan hidup keragaman hayati. Perusahaan yang ingin bertahan dan diterima oleh masyarakat harus memperhatikan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan yang dalam operasionalnya merusak lingkungan, pada akhirnya akan berakhir karena tidak didukung keberadaannya oleh masyarakat disekitarnya. Sebaliknya, jika perusahaan memiliki kontribusi terhadap pelestarian lingkungan, pengembangan potensi lingkungan, atau minimal memperbaiki lingkungan yang telah dirusak, maka perusahaan yang dilakukan akan beroleh toleransi masyarakat dan eksistensinya didukung.

Dengan hadirnya konsep 3P yang menjadi komponen dasar CSR, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak hanya pada *Single Bottom Line* yaitu, nilai perusahaan (*Corporate Value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *Triple Bottom Line*, yaitu berupa: keuangan (*Profit*), sosial (*People*), dan lingkungan (*Planet*). Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan (*Sustainable Development*). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan juga turut memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup, sehingga tercipta keseimbangan pilar-pilar dan dapat menegakkan atap bangunan yang berupa keberlanjutan perusahaan (lihat Gambar 2.1).

2.2.5. Indikator *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR yang bersifat sukarela diukur dengan menggunakan item indikator pada *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. Indikator CSR menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) 4.0 dibagi menjadi 3 komponen utama yang terdiri dari indikator Ekonomi, indikator Lingkungan, dan indikator Sosial. Kategori sosial lebih lanjut dibagi ke dalam empat sub-kategori, yaitu Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja, Hak Asasi Manusia, Masyarakat, dan Tanggung Jawab atas Produk. GRI-G4 memiliki total 91 indikator dalam mengukur skor CSR, untuk kategori Ekonomi terdiri dari 9 indikator, kategori Lingkungan terdiri dari 34 indikator, dan kategori Sosial terdiri dari 49 indikator.

GRI-G4 menjadi standar global dalam melakukan pelaporan atas kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan hadirnya GRI-G4, pengungkapan

CSR menjadi konsisten mengikuti standar yang telah dikembangkan dan ditetapkan secara global..

Dalam Pedoman GRI-G4 diungkapkan bahwa kategori Ekonomi yang dimasukkan dalam daftar pengungkapan CSR terkait dengan dampak organisasi terhadap keadaan ekonomi dari para pemangku kepentingannya, dan terhadap sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global. Hal ini tidak berfokus pada kondisi keuangan organisasi. Kategori Ekonomi menggambarkan arus modal di antara pemangku kepentingan yang berbeda, dan dampak ekonomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat.

Pedoman GRI-G4 mengungkapkan bahwa kategori Lingkungan berkaitan dengan dampak organisasi pada sistem alam yang hidup dan tidak hidup, termasuk tanah, udara, air, dan ekosistem. Kategori Lingkungan meliputi dampak yang terkait dengan input (seperti energi dan air) dan output (seperti emisi, efluen dan limbah). Termasuk juga keanekaragaman hayati, transportasi, dan dampak yang berkaitan dengan produk dan jasa, serta kepatuhan dan biaya lingkungan.

Terakhir, dalam Pedoman GRI-G4 menjelaskan bahwa kategori Sosial membahas dampak yang dimiliki organisasi terhadap sistem sosial di lingkungan dimana organisasi beroperasi. Dalam kategori Sosial sebagian besar konten sub-kategorinya didasarkan pada standar universal yang telah diakui secara internasional.

Penjelasan mengenai standar GRI-G4 ditunjukkan oleh 91 indikator kinerja dari 3 kategori yang telah dijelaskan diatas yang digunakan untuk mengukur CSRDl perusahaan dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1
91 Indikator Kinerja CSR Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	G4EC1	Nilai Ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
	G4EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
	G4EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti.
	G4EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
Keberadaan di Pasar	G4EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut <i>gender</i> dibandingkan dengan upah minimum <i>regional</i> di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.
	G4EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan.
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	G4EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
	G4EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
Praktek Pengadaan	G4EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan.
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	G4EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume.
	G4EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang.
Energi	G4EN3	Konsumsi energi dalam organisasi.
	G4EN4	Konsumsi energi diluar organisasi.
	G4EN5	Intensitas energi.
	G4EN6	Pengurangan konsumsi energi.
	G4EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa.
Air	G4EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber.
	G4EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air.
	G4EN10	Persentase dan total volume air yang di daur ulang dan digunakan kembali.

Keanekaragaman Hayati	G4EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	G4EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung.
	G4EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan.
	G4EN14	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	G4EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1).
	G4EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung lainnya (Cakupan 2).
	G4EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3).
	G4EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK).
	G4EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK).
	G4EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO).
	G4EN21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya.
Efluen dan Limbah	G4EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
	G4EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
	G4EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.
	G4EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel 2. Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	G4EN26	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	G4EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.
	G4EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori.

Kepatuhan	G4EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi nonmoneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
Transportasi	G4EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja.
Lain-lain	G4EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
Asesmen Pemasok atas Lingkungan	G4EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.
	G4EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	G4EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
A. PRAKTIK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian	G4LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.
	G4LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	G4LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
Hubungan Industrial	G4LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	G4LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
	G4LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	G4LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.

	G4LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.
Pelatihan dan Pendidikan	G4LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
	G4LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
	G4LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karir secara regular, menurut gender dan kategori karyawan.
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	G4LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
Kesetaraan Remunerasi Wanita dan Pria	G4LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
Asesmen Pemasok terkait Praktik Ketenagakerjaan	G4LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan.
	G4LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	G4LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
B. HAK ASASI MANUSIA		
Investasi	G4HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	G4HR2	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	G4HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil.

Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	G4HR4	Operasi dan 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	G4HR5	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	G4HR6	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	G4HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi.
Hak Adat	G4HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.
Asesmen	G4HR9	Jumlah total dan presentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia.
Asesmen Pemasok dan Hak Asasi Manusia	G4HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
	G4HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	G4HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
C. MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal	G4SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.
	G4SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
Anti Korupsi	G4SO3	Jumlah total dan presentase operasi yang dinilai terhadap risiko yang terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
	G4SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi.

	G4SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
Kebijakan Publik	G4SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan Negara dan penerima/penerima manfaat.
Anti Persaingan	G4SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, antitrust, serta praktik monopoli dan hasilnya.
Kepatuhan	G4SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
Asesmen Pemasok atas Dampak terhadap Masyarakat	G4SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat.
	G4SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	G4SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
D. TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	G4PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	G4PR2	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	G4PR3	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.
	G4PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	G4PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
Komunikasi Pemasaran	G4PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
	G4PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil.

Privasi Pelanggan	G4PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi dan hilangnya data pelanggan.
Kepatuhan	G4PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: Data diolah dari www.globalreporting.org, 2019

2.3. Bank dan Kesehatan Bank

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting dan mendasar di dalam perekonomian suatu negara sebagai lembaga perantara keuangan yang turut serta dalam perkembangan keuangan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Eksistensi bank di dalam sebuah negara sangat dibutuhkan karena perusahaan perbankan saling terkait dengan semua usaha bisnis yang menjadi tulang punggung pendapatan negara untuk mencapai kesejahteraan ekonomi dan sosial dalam negara.

Eksistensi bank akan terus ada jika perusahaan bank dapat mempertahankan “aset”nya yang sangat berharga. Aset bank yang sangat berharga adalah kepercayaan publik terhadap perbankan itu sendiri. Tanpa adanya kepercayaan publik terhadap perusahaan maka mustahil bisnis perbankan dapat terus berjalan, bahkan bisnis bank ini akan berhenti.

Dengan menjalankan prinsip kehati-hatian, OJK selaku pengawas perusahaan perbankan mendorong bank untuk melakukan *Good Corporate Governance* (GCG) dan mengelola risiko. Dalam pelaksanaannya terjadi kontrak sosial dengan publik, dimana bank harus memiliki kepatuhan terhadap regulasi dari otoritas yang berwenang. Kepatuhan bank terhadap regulasi yang ditentukan oleh otoritas dimaksudkan untuk menjaga kestabilan dan kesinambungan dari

sistem perbankan dalam rangka untuk menjaga pertumbuhan dan kestabilan perekonomian negara (Joyosumarto, 2018).

Salah satu syarat perusahaan perbankan untuk memenuhi regulasi dan untuk terus eksis adalah dengan memenuhi standar kesehatan bank. Seperti halnya manusia yang selalu ingin sehat untuk bisa menjalani hidup, bank juga diharapkan memenuhi standar kesehatan yang telah ditentukan. Diharapkan dengan tubuh yang sehat, maka bank dapat meningkatkan kinerja dan tetap prima dalam memenuhi yang dibutuhkan oleh nasabahnya. Standar kesehatan bank ini diperlukan untuk menentukan kesehatan bank, sehingga OJK sebagai pengawas dan pembina dapat memberikan arahan atau petunjuk terkait bagaimana bank harus dijalankan atau dihentikan operasionalnya.

Kesehatan bank adalah kemampuan bank untuk melakukan kegiatan operasional perbankan secara normal dan mampu untuk memenuhi semua kewajibannya dengan baik dengan cara-cara yang sesuai dengan peraturan yang berlaku. Berdasarkan PBI No.6/IV/PBI/2004 cakupan kesehatan bank diukur dengan melakukan penilaian kualitatif terhadap faktor-faktor *Capital, Asset Quality, Management, Earnings, Liquidity*, dan *Sensitivity to Market Risk* (CAMEL pluS). Dalam penilaian untuk menentukan kondisi kesehatan bank dilakukan dengan menggunakan analisis CAMEL.

Analisis CAMEL yakni melakukan analisis mengenai 5 aspek dalam kehidupan perbankan di Indonesia. Huruf C menunjukkan *Capital* yakni aspek permodalan. Dalam aspek permodalan yang dinilai adalah permodalan perusahaan

yang di dasarkan pada Kewajiban Penyediaan Modal Minimum (KPMM). Penilaian KPMM dilakukan menggunakan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR).

Huruf A menunjukkan *Asset* yakni aspek kualitas aset perusahaan. Dalam aspek kualitas aset, dinilai jenis-jenis aset yang dimiliki oleh bank. Dalam aspek ini kesehatan bank diukur dengan melihat rasio *Bad Debt Ratio* (BDR).

Huruf M menunjukkan *Management* yakni aspek kualitas dari manajemen dalam perusahaan, dinilai dengan menilai manajemen bagian permodalan, manajemen kualitas aset, manajemen umum, manajemen rentabilitas, dan manajemen likuiditas. Dalam menilai kesehatan bank pada aspek manajemen, dapat menggunakan rasio-rasio yang terkait dengan salah satu atau semua dari lima manajemen diatas. Misalnya untuk manajemen rentabilitas dapat digunakan rasio *Return On Equity* (ROE) dan *Net Interest Margin* (NIM). Sedangkan untuk manajemen likuiditas dapat digunakan rasio *Non Performing Loan* (NPL).

Huruf E menunjukkan *Earning* yakni aspek rentabilitas perusahaan perbankan. Aspek ini menunjukkan kemampuan bank dalam meningkatkan labanya dan mengukur efisiensi dan profitabilitas yang di capai oleh bank terkait. Dalam kesehatan bank, aspek ini diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA) dan Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO).

Terakhir, huruf L menunjukkan *Liquidity* yakni aspek likuiditas. Aspek ini menilai kemampuan bank untuk memenuhi semua kewajiban jangka pendeknya. Dengan kesimpulan bahwa bank akan dikatakan likuid jika dapat membayar seluruh hutang-hutangnya (tabungan, deposito, dan giro dari nasabah) pada saat ditagih. Likuiditas perusahaan juga ditunjukkan saat bank dapat memenuhi semua

permohonan kredit yang (menurut bank) layak untuk dibiayai. Untuk aspek likuiditas, kesehatan bank diukur dengan *Loan to Deposit Ratio* (LDR).

2.4. Kinerja Keuangan Bank

Kinerja perusahaan adalah sebuah ukuran yang menggambarkan kemampuan yang dimiliki perusahaan atau organisasi dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai target tertentu secara efektif dan efisien. Kinerja keuangan adalah kemampuan dari perusahaan atau organisasi untuk memanfaatkan sumber daya finansial yang dimiliki untuk bisa mencapai profit keuntungan yang di rencanakan.

Menurut Brigham dan Houston (2010) dalam Utami (2017), dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisis rasio-rasio. Analisis rasio dapat digunakan untuk mengukur kinerja dari sisi keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perbankan dapat dilihat dari tiga kelompok rasio, yakni rasio Rentabilitas, rasio Likuiditas, dan rasio Solvabilitas. Contoh dari masing-masing kelompok rasio ini sudah termasuk didalam analisis rasio CAMEL yang mengukur kesehatan bank.

Dalam memilih ukuran kinerja keuangan perusahaan perbankan, kita dapat menggunakan standar kesehatan bank, CAMEL, sebagai acuan. Kita tidak dapat sembarang memilih rasio untuk menentukan kinerja bank, karena bisnis perbankan sangat berbeda dengan konsep bisnis perusahaan di sektor lainnya. Jika perusahaan manufaktur memiliki banyak aset fisik dan lebih sedikit kas, maka sebaliknya perusahaan perbankan memiliki sedikit aset fisik dan lebih banyak kas. Jika perusahaan (kecuali bank) untuk mengukur rasio likuiditas dapat melihat

rasio *Debt to Equity Ratio* (DER), hal ini tidak berlaku untuk perusahaan perbankan. Perusahaan perbankan dalam menilai rasio likuiditasnya menggunakan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) yakni besarnya kemampuan bank dapat menyalurkan kredit atas dana yang dimilikinya dari hutang, sehingga bank tidak dapat menggunakan DER karena hutang bank selalu besar yang merupakan dana milik nasabah yang dipercayakan dan disimpan ke dalam bank.

Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan perbankan dalam penelitian, peneliti menggunakan kesehatan bank sebagai standar untuk mengukur kinerja keuangan di perusahaan perbankan yang telah dipilih. Rasio-rasio kinerja keuangan digunakan sebagai variabel dependen dalam penelitian. Indikator kinerja keuangan perusahaan bank dalam penelitian ini digunakan delapan rasio yang mencerminkan CAMEL. Bank yang sehat cenderung akan memiliki hasil kinerja yang baik, alasan ini yang menjadi dasar bagi peneliti dalam melakukan pemilihan rasio kinerja keuangan untuk penelitian ini.

1. Aspek Permodalan (*Capital*)

Diproksikan dengan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR).

2. Aspek (Kualitas) Aset (*Asset*)

Diproksikan dengan rasio *Bad Debt Ratio* (BDR).

3. Aspek Manajemen (*Management*)

Diproksikan dengan rasio *Non Performing Loan* (NPL), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Interest Margin* (NIM).

4. Aspek Rentabilitas (*Earnings*)

Diproksikan dengan rasio *Return On Asset* (ROA) dan rasio Beban

Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO).

5. Aspek Likuiditas (*Liquidity*)

Diproksikan dengan rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR).

Return On Asset (ROA) merupakan rasio yang sering digunakan untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan perbankan dalam menghasilkan laba berdasarkan sumber daya total aset yang dimiliki oleh bank. Fungsi menghitung rasio ROA adalah untuk melihat keefektifan perusahaan perbankan dalam menghasilkan pendapatan dengan menggunakan asetnya. Semakin besar nilai ROA yang dihasilkan oleh bank, maka semakin efektif dan baik kemampuan bank dalam mengelola aset yang dimiliki dan menghasilkan keuntungan.

Return On Equity (ROE) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pendapatan laba terhadap ekuitas modal yang dimiliki oleh perusahaan, dalam hal ini ekuitas terdiri dari modal sendiri perusahaan bank dan modal pemegang saham. Semakin tinggi nilai ROE, maka semakin tinggi dan baik kemampuan bank dalam mengelola modal yang dimiliki dan menghasilkan keuntungan.

Net Interest Margin (NIM) adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan manajemen perusahaan perbankan dalam menghasilkan laba bersih dengan mengelola aktiva produktif yang dimiliki bank. NIM menjadi salah satu rasio yang digunakan untuk mewujudkan perusahaan bank yang berkualitas, sehingga dapat meminimalisir perusahaan yang bermasalah dan mengalami

permasalahan dapat diminimalisir. Hal ini dikarenakan semakin tinggi nilai rasio NIM maka semakin besar pendapatan bunga yang diperoleh.

Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) adalah rasio yang menggambarkan efisiensi operasional dalam perusahaan perbankan. Beban operasional mewakili beban berupa biaya bunga yang diberikan kepada nasabah yang menyimpan dan mempercayakan uangnya kepada bank. Pendapatan operasional adalah perolehan yang diterima oleh bank dari biaya bunga yang dibayarkan oleh nasabah yang meminjam dana pada bank. Semakin kecil nilai rasio BOPO menunjukkan semakin efisien bank dalam beroperasi.

Capital Adequacy Ratio (CAR) adalah rasio yang menunjukkan kecukupan modal dan menggambarkan kemampuan bank dalam menangani risiko kerugian. Rasio ini memiliki batas nilai minimum sebesar 8% yang sudah menjadi syarat utama kesehatan bank yang ditetapkan oleh *Bank of International Settlement* (BIS). Pemberian batas minimum ini bertujuan untuk menjaga kestabilan kondisi bank agar tidak goncang saat menghadapi permasalahan kredit dan krisis keuangan. Semakin tinggi nilai rasio CAR pada perusahaan perbankan maka semakin tinggi pula kemampuan bank dalam menghadapi risiko kerugian.

Bad Debt Ratio (BDR) adalah rasio yang dihitung untuk mengukur risiko kerugian yang diakibatkan oleh kredit dalam perhatian khusus, kredit kurang lancar, kredit diragukan, hingga kredit macet, singkatnya APYD (Aktiva Produktif Yang Diklasifikasikan). APYD ini kemudian dihitung terhadap total aktiva produktif yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi nilai BDR maka semakin buruk kemampuan bank dalam mencegah terjadinya kerugian. Bank

harus selektif dalam memberikan kredit, sehingga dapat menekan nilai BDRnya. Semakin turun nilai rasio BDR yang dimiliki bank, maka semakin baik pengelolaan kredit bank.

Non Performing Loan (NPL) adalah rasio yang menunjukkan kredit bermasalah yang dibandingkan dengan total kredit bank. NPL dapat digunakan sebagai salah satu indikator kesehatan aset bank. Semakin tinggi nilai rasio NPL dalam bank berarti semakin tinggi nilai kredit bermasalah yang terjadi dibandingkan dengan total kredit yang diberikan oleh perusahaan kepada publik, yang menunjukkan bahwa bank semakin tidak sehat. Nilai NPL harus diusahakan untuk berada dibawah 5% sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Peraturan Bank Indonesia No.6/10/PBI/2004. Semakin tinggi nilai NPL, berarti semakin tinggi pula cadangan kerugian yang harus disediakan oleh bank untuk menutupi kemungkinan kerugian yang terjadi. Semakin tinggi nilai cadangan kerugian yang disiapkan oleh bank untuk mengatasi kemungkinan kerugian, maka akan semakin sedikit laba yang diterima oleh bank untuk kelangsungan hidup perbankan. Nilai NPL dalam bank selalu diupayakan untuk bernilai rendah karena NPL berkaitan satu sama lain dengan kondisi permodalan, rentabilitas, serta likuiditas perusahaan perbankan.

Loan to Deposit Ratio (LDR) mencerminkan kemampuan perbankan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya terhadap nasabah bank. LDR dihitung dengan membagi total kredit yang disalurkan dengan dana pihak ketiga yang diterima dan dikelola oleh bank. Dalam peraturan mengenai kesehatan bank, nilai LDR ditentukan untuk tidak melebihi 110% guna menjaga kemampuan bank

dalam menjalankan likuiditas. Nilai LDR bank yang melebihi standar dan sangat tinggi akan menjadi masalah karena bank tidak memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajibannya terhadap pihak ketiga (yang menitipkan dananya pada bank). Bank yang memiliki nilai LDR yang rendah juga menjadi hal yang mengkhawatirkan, bank memang memiliki likuiditas yang cukup terhadap tanggung jawab dan kewajibannya terhadap pihak ketiga, tetapi dana yang terus disimpan dan tidak disalurkan untuk kredit akan membuat pendapatan bank menjadi rendah karena seperti yang diketahui bahwa pendapatan bank berasal dari bunga kredit yang diperoleh dari kredit yang disalurkan.

2.5. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Menurut Utami (2017) ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR biasanya didominasi oleh perusahaan yang tergolong dalam kelompok perusahaan besar. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan mencerminkan pengalaman dan kemampuan perusahaan dalam bertumbuh dan mengelola risiko yang dihadapi. Utami (2017) juga menyatakan bahwa total aset yang dimiliki oleh perusahaan dapat digunakan sebagai tolok ukur tingkat kedewasaan perusahaan, dengan kesimpulan perusahaan yang memiliki total aset yang besar berarti perusahaan yang dewasa ini memiliki prospek yang baik untuk bertahan dalam jangka waktu yang relatif panjang dan lama dibandingkan dengan perusahaan kecil yang memiliki total aset kecil.

Menurut Sugiarto (2009:122) dalam Ventamy (2016) menyatakan besarnya perusahaan yang dapat dilihat dari total asetnya dapat mendorong perusahaan dengan mudah mengakses dunia pasar modal dan memperoleh dana dari investor, dibandingkan dengan perusahaan kecil. Investor akan cenderung memilih menyalurkan dana investasi kepada perusahaan besar karena perusahaan besar yang memiliki aset besar lebih terjamin keamanannya dari kebangkrutan.

Dalam penelitian ini, tingkat pertumbuhan (*growth*) ukuran perusahaan akan digunakan sebagai variabel kontrol. Digunakan sebagai variabel kontrol karena tingkat pertumbuhan ukuran perusahaan dianggap netral dan stabil, sehingga diharapkan memberikan pengaruh yang netral dalam penelitian.

2.6. *Debt to Equity Ratio (DER)*

Rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah rasio yang menunjukkan besarnya liabilitas (hutang) yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan ekuitasnya. Kriteria mengenai rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) dalam perusahaan perbankan berbeda dengan perusahaan pada sektor lainnya. Jika toleransi nilai rasio DER pada perusahaan sektor lainnya maksimal adalah 2, maka pada bank hal ini tidak berlaku. Nilai rasio DER pada perusahaan perbankan cenderung lebih dari 2 bahkan mencapai 10. Nilai DER yang tinggi pada perusahaan bank mencerminkan banyaknya dana dari pihak ketiga yang dipercayakan kepada bank untuk dikelola dan dikembangkan.

Menurut Utami (2017) perusahaan yang melakukan kegiatan CSR memiliki nilai DER tinggi. Perusahaan yang memiliki DER tinggi memiliki sumber dana yang besar yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan CSR

yang pada akhirnya akan menciptakan siklus baik dan mendatangkan keuntungan bagi setiap pihak terkait. Tetapi dalam perencanaannya tidak boleh dilakukan sembarang, karena dana yang digunakan adalah dana pihak ketiga yang dititipkan untuk dikelola dengan baik dengan harapan mendatangkan keuntungan.

Dalam penelitian ini, rasio DER digunakan sebagai variabel kontrol yang diharapkan tidak mendominasi pengaruh terhadap kinerja keuangan, tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yang diteliti, dan bersifat netral dalam penelitian.

2.7. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti telah memilih beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai sumber referensi dan bahan acuan. Penelitian terdahulu yang telah dipilih dan berkaitan dengan topik ini ditunjukkan dalam Tabel 2.2.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Yigit Bora Senyigit dan Mukhtar A. Shuaibu (2017)	<i>The Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: Evidence from the Banking Industry in Emerging Economies.</i>	Dependen: ROA dan NIM. Independen: <i>Corporate Social Responsibility.</i> Kontrol: Ukuran dan Usia Perusahaan.	Analisis regresi berganda data panel.	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIM di perusahaan perbankan negara Nigeria. 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap NIM di perusahaan perbankan negara Turki.

					3. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap ROA di perusahaan perbankan negara Nigeria. 4. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap ROA di perusahaan perbankan negara Turki.
2.	Pristya Utami (2017)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan <i>High Profile</i> Terbuka Di Indonesia	Dependen: ROA, ROE, dan NPM. Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>. Kontrol: <i>Firm Size</i> dan DER.	Analisis regresi berganda data panel.	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE. 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIM.
3.	Wu, Shen, dan Chen (2017)	<i>Application of multi-level matching between financial performance and corporate social responsibility in the banking industry.</i>	Dependen: ROA, ROE, NPL, NII, dan NonII. Independen: CSR, Log Total Asset, Leverage, LDR, CostInc, Coverage, Corrupt, CreditGDP, HIHI, Res_I,	<i>Multi-level matching method analysis.</i>	1. Asumsi peneliti terbukti, yakni dengan ilustrasi penambahan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. 2. Dengan menambah kegiatan CSR, maka nilai ROA, ROE, NPL, NII, dan NonII

			Res_I, Res_E, GDP Growth, dan GDP Per.		mengalami peningkatan. 3. Hal ini menunjukkan dengan penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka CSR akan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dalam jangka panjang.
4.	I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana (2011)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.	Dependen: <i>Sales Growth</i> (SGRI), <i>Asset Turn Over</i> (ATO), dan <i>Market to Book Ratio</i> (MBR). Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> .	Analisis Regresi Berganda.	1. CSR secara parsial (Kategori Ekonomi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ATO. 2. CSR secara simultan hanya berpengaruh terhadap MBR.

Sumber: Data diolah, 2019

2.8. Pengembangan Hipotesis

Pada mulanya perusahaan yang merupakan suatu entitas ekonomi diciptakan, dibentuk, dan didirikan untuk dapat menghasilkan laba agar perusahaan dapat bertahan dan memiliki kelangsungan hidup yang panjang hingga tak terhingga. Inilah yang dimaksud dengan perusahaan *profit oriented* dimana perusahaan harus bertanggung jawab kepada para pemegang saham (*stockholders*). Namun dalam perkembangannya, perusahaan tidak lagi bisa hanya berfokus untuk menghasilkan laba bagi *stockholder* perusahaan saja, melainkan

perusahaan juga harus memperhatikan juga para pemangku kepentingan lain yang berkepentingan seperti konsumen, karyawan, pemerintah, supplier, masyarakat, dan lain-lain yang terkait dengan kelangsungan hidup perusahaan.

Kesadaran mengenai keharusan untuk memperhatikan pemangku kepentingan lain yang terkait dengan perusahaan membentuk suatu komitmen untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan ekologis kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan perusahaan yang diwujudkan dalam bentuk CSR atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Saat ini program kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak lagi dianggap sebagai sarana biaya yang menghabiskan uang perusahaan dan mengurangi keuntungan (laba) perusahaan. Kini CSR bagi perusahaan dilihat sebagai sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dampak positif dari CSR seperti yang kita lihat dapat membangun dan meningkatkan citra baik di perusahaan secara berkesinambungan dan meluas. Dari citra yang baik akan berdampak bagi *stakeholder* (misalnya masyarakat dan karyawan perusahaan) dan *stockholder* perusahaan. Citra yang baik juga dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek.

Masyarakat akan menjadi lebih menyukai (*prefer*) produk perusahaan yang memiliki CSR yang baik dibandingkan dengan produk perusahaan lain walaupun produk tersebut memiliki fungsi yang sama, ini adalah dampak psikologis bagi masyarakat yang melihat, terlebih masyarakat yang merasakan langsung wujud CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan muncul kesan baik menggunakan produk perusahaan yang memiliki citra yang

baik dan memungkinkan untuk mengajak orang lain menggunakan produk yang sama yang digunakannya. Disini dapat dilihat dengan CSR dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan dan menambah profitabilitas perusahaan.

Karyawan akan menjadi lebih semangat bekerja karena perasaan bangga yang sama dengan yang dirasakan masyarakat terkait dengan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Semangat dan giat yang tercipta dilingkungan kerja karyawan akan membuat kinerja semakin baik dan karyawan menjadi lebih produktif. Inilah yang akan menjadi keuntungan (timbal balik) dan pada perusahaan manufaktur, produksi akan semakin meningkat karena karyawan mencintai pekerjaan dan perusahaannya. Disini dapat dilihat dengan CSR dapat meningkatkan keefektifan kerja karyawan dalam bekerja, sehingga dapat menghemat biaya perusahaan dalam berbagai hal.

Para pemegang saham atau *stockholder* akan mempertahankan kepemilikan bahkan mungkin akan mencari saham perusahaan yang dijual. Investor memiliki kepercayaan bahwa semakin perusahaan memiliki citra yang baik didukung dengan kinerja keuangan yang baik maka seiring berjalannya waktu nilai perusahaan akan terus meningkat dan menjadi semakin menguntungkan bagi investor. Disini dapat dilihat bahwa dengan CSR dapat menguatkan permodalan dan membuat saham perusahaan menjadi likuid.

2.8.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Asset*

CSR bagi perusahaan merupakan sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dalam *sustainability*, nama baik atas eksistensi perusahaan sangat dibutuhkan. Citra yang baik juga

dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2017) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap ROA. Kebalikannya, penelitian yang dilakukan oleh Senyigit dan Shuaibu (2017) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ROA.

Return On Asset adalah salah satu rasio kinerja keuangan perusahaan perbankan yang menunjukkan rasio profitabilitas. CSR diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap ROA. Dengan adanya penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan terjadi peningkatan penjualan atas produk sehingga menambah *return* dan dapat meningkatkan nilai ROA perusahaan.

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017.

2.8.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return On Equity*

CSR bagi perusahaan merupakan sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dalam *sustainability*, nama baik atas eksistensi perusahaan sangat dibutuhkan. Citra yang baik juga dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2017) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap ROE.

Return On Equity adalah salah satu rasio kinerja keuangan perusahaan perbankan yang menunjukkan rasio profitabilitas. CSR diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap ROE. Dengan adanya penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan terjadi peningkatan penjualan atas produk yang akan menambah *return* dan meningkatnya likuiditas dari modal saham perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai ROE perusahaan.

H2: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017.

2.8.3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Net Interest Margin*

CSR bagi perusahaan merupakan sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dalam *sustainability*, nama baik atas eksistensi perusahaan sangat dibutuhkan. Citra yang baik juga dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan

Penelitian yang dilakukan oleh Senyigit dan Shuaibu (2017) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap NIM di perusahaan perbankan negara Turki, tetapi CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap NIM di perusahaan perbankan di negara Nigeria.

Net Interest Margin adalah salah satu rasio kinerja keuangan perusahaan perbankan yang menunjukkan rasio profitabilitas. CSR diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap NIM. Dengan adanya penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan terjadi peningkatan pendapatan

bunga bersih yang diperoleh oleh perusahaan sehingga meningkatkan nilai NIM perusahaan. Peningkatan bunga bersih dapat digunakan untuk banyak hal, misalnya (1) meningkatkan laba ditahan perusahaan dan menyenangkan bagi investor karena akan meningkatkan persentase pembagian dividen, (2) digunakan sebagai sumber dana untuk kelangsungan pertumbuhan perusahaan, dan (3) digunakan sebagai sumber dana melunasi hutang atau cadangan kerugian bank.

H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Net Interest Margin* (NIM) pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017.

2.8.4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Beban Operasional / Pendapatan Operasional

CSR bagi perusahaan merupakan sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dalam *sustainability*, nama baik atas eksistensi perusahaan sangat dibutuhkan. Citra yang baik juga dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan.

Beban Operasional / Pendapatan Operasional atau singkatnya BOPO adalah salah satu rasio kinerja keuangan perusahaan perbankan yang menunjukkan rasio profitabilitas. CSR diharapkan dapat berpengaruh negatif terhadap BOPO. Dengan adanya penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan dapat menurunkan biaya operasional, atau menaikkan pendapatan operasional, atau keduanya (menurunkan biaya dan menaikkan pendapatan) sehingga rasio BOPO akan semakin kecil. Semakin kecil rasio

BOPO, maka semakin baik perusahaan mengelola profitabilitas perusahaannya dalam aspek operasional. Semakin rendah rasio BOPO akan menunjukkan semakin besar pendapatan operasional yang diperoleh yang tersisa setelah dikurangi biaya operasional. Semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan, diharapkan rasio BOPO semakin menurun nilainya.

H4: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Beban Operasional / Pendapatan Operasional (BOPO) pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017.

2.8.5. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Capital Adequacy Ratio*

CSR bagi perusahaan merupakan sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dalam *sustainability*, nama baik atas eksistensi perusahaan sangat dibutuhkan. Citra yang baik juga dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan.

Capital Adequacy Ratio adalah salah satu rasio kinerja keuangan perusahaan perbankan yang menunjukkan kesehatan permodalan. CSR diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap CAR. Dengan adanya penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan terjadi peningkatan pendapatan yang diperoleh perusahaan sebagai sumber dana untuk memperkuat permodalan perusahaan guna memberi kemampuan bagi perusahaan untuk bertahan saat menghadapi krisis dan kemungkinan kebangkrutan.

H5: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017.

2.8.6. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Bad Debt Ratio*

CSR bagi perusahaan merupakan sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dalam *sustainability*, nama baik atas eksistensi perusahaan sangat dibutuhkan. Citra yang baik juga dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan.

Bad Debt Ratio adalah salah satu rasio kinerja keuangan perusahaan perbankan yang menunjukkan kualitas aset. CSR diharapkan dapat berpengaruh negatif terhadap BDR. Dengan adanya penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan terjadi peningkatan pendapatan yang diperoleh perusahaan sebagai sumber dana untuk meningkatkan kuantitas aktiva produktif dalam menghadapi aktiva produktif yang diklasifikasikan. CSR menjadi kesadaran bagi manajemen untuk kelola kredit dengan baik dalam tujuan meningkatkan citra perusahaan. Semakin meningkat jumlah CSR yang diungkapkan, diharapkan nilai rasio BDR semakin menurun.

H6: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap *Bad Debt Ratio* (BDR) pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017.

2.8.7. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Non Performing Loan*

CSR bagi perusahaan merupakan sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dalam *sustainability*, nama baik atas eksistensi perusahaan sangat dibutuhkan. Citra yang baik juga dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan.

Non Performing Loan adalah salah satu rasio kinerja keuangan perusahaan perbankan yang menunjukkan kualitas aset. CSR diharapkan dapat berpengaruh negatif terhadap NPL. Dengan adanya penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan terjadi peningkatan dana pihak ketiga yang diperoleh perusahaan sebagai sumber dana untuk menyalurkan kredit kepada publik dan memperoleh pendapatan bunga dari kredit yang disalurkan. CSR menjadi kesadaran bagi manajemen untuk kelola kredit dengan baik dalam tujuan meningkatkan citra perusahaan. Semakin meningkat jumlah CSR yang diungkapkan dan diiringi peningkatan kualitas layanan kredit perusahaan, diharapkan nilai rasio NPL semakin menurun.

H7: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap *Non Performing Loan* (NPL) pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017.

2.8.8. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Loan to Deposit Ratio*

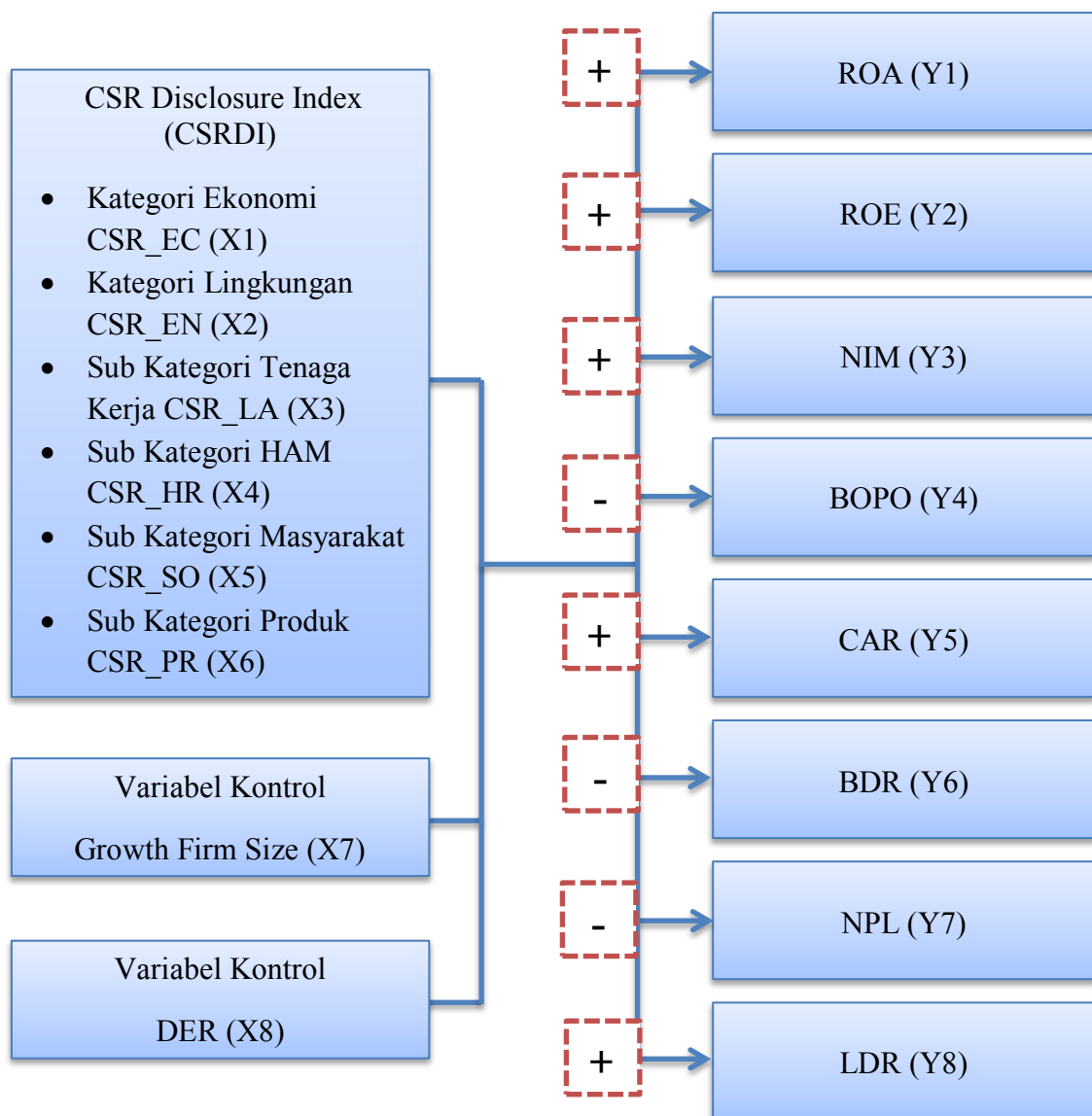
CSR bagi perusahaan merupakan sarana investasi agar terciptanya pertumbuhan keberlanjutan perusahaan (*sustainability*). Dalam *sustainability*, nama baik atas eksistensi perusahaan sangat dibutuhkan. Citra yang baik juga dipercaya akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Kinerja yang diukur dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan.

Loan to Deposit Ratio adalah salah satu rasio kinerja keuangan perusahaan perbankan yang menunjukkan rasio likuiditas. CSR diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap LDR. Dengan adanya penambahan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan terjadi peningkatan dana pihak ketiga yang diperoleh perusahaan dan terjadi peningkatan penyaluran kredit yang sumber dananya juga berasal dari pihak ketiga. Dengan peningkatan pada dana pihak ketiga dan kredit yang disalurkan, akan membuat rasio LDR perusahaan terjaga tetap stabil. Sesuai dengan peraturan yang ada bahwa rasio likuiditas perusahaan harus tinggi untuk menghindari perusahaan terlikuidasi karena likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio LDR perusahaan tidak boleh melebihi 110% atau perusahaan akan dimasukkan dalam kelompok bank yang tidak sehat. Sehingga diharapkan adanya peningkatan pada CSR akan meningkatkan rasio LDR, tetapi tetap pada batas aman.

H8: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Loan Deposit Ratio* (LDR) pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017.

2.9. Kerangka Pemikiran

Pengungkapan CSR sebagai variabel independen bersama-sama dengan variabel kontrol, GROWTH SIZE dan DER, diuji pengaruhnya terhadap delapan variabel dependen yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan perbankan yang telah dipilih, yaitu ROA, ROE, NIM, BOPO, CAR, BDR, NPL, dan LDR.



Sumber: Data diolah, 2019

Gambar 2.2
Kerangka Pikir Penelitian