

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Dowling dan Pfeffer 1975 dalam Lindawati dan Marsela 2015). Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat, *Grey et al* (1994). Legitimasi teori menyatakan bahwa organisasi harus secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai sarana untuk strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi. 2014:87).

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (O'Donovan, dalam Hadi. 2014: 87). Perusahaan akan terus berupaya untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi dalam norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dari tempat perusahaan berada (Deegan 2004 dalam Lindawati dan Marsela 2015). Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitar baik fisik maupun non fisik (Hadi, 2014).

2.2 Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori kontrak sosial (*social contract*) berakar dari karya pemikiran Plato, *The Republic* (427SM-347SM). Thomas Hobbes (1588-1679) konsep *contract social theory* pada sekitar abad 17 dalam karyanya yang berjudul *Leviathan*. Konsep tersebut di kembangkan oleh (John Locke 1632-1704 dalam Hadi 2014) menyatakan pada dasarnya bentuk dan sifat lingkungan sosial bersifat *apolitical* dimana pelaku sosial memiliki tanggung jawab untuk memenuhi hukum alam yang sudah teratur. Keteraturan hukum alam tersebut, masyarakat berkewajiban memelihara lewat kontrak sosial untuk mencegah individu agar tidak menyimpang dan melanggar hukum tersebut.

Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling berpengaruh dan mempengaruhi. Untuk itu agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate* (Hadi, 2014:95). Dalam perspektif manajemen kontemporer, teori kontrak sosial menjelaskan hak kebebasan individu dan kelompok, termasuk masyarakat yang dibentuk berdasarkan kesepakatan-kesepakatan yang saling menguntungkan anggotanya. Hal ini sejalan dengan konsep *legitimacy theory* bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan (Hadi 2014: 95).

2.3 *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep yang tengah berkembang dan penerapannya telah merambah ke semua sektor. Perusahaan yang menjalankan konsep ini mendapatkan perhatian dari kalangan kreditor secara khusus perbankan dan kalangan investor secara khusus dalam dunia pasar modal (Mairyani dkk 2014). *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCD) mendefinisikan *corporate social responsibility* merupakan lembaga internasional yang berdiri tahun 1955 dan beranggotakan 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara dunia lewat publikasinya “*Making Good Business Sense*” mendefinisikan *corporate social responsibility* merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang di arahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang di sertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarganya sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat lebih luas. *Corporate social responsibility* bukanlah hal yang baru dalam lingkungan masyarakat, akan tetapi semakin meluas bersamaan dengan konsep-konsep lain. Pada dasarnya *corporate social responsibility* adalah bagaimana upaya perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan didalam operasional perusahaan (Subiantoro dan Mildawati 2015).

Konsep *corporate social responsibility* (CSR) berfokus pada triple bottom line ke dalam tiga aspek (Hadi 2014: 57) yaitu keuntungan (profit) merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan, people merupakan lingkungan masyarakat dimana perusahaan berada, mereka adalah para pihak yang mempengaruhi dan di pengaruhi perusahaan. Planet merupakan lingkungan fisik (sumberdaya fisik) perusahaan, lingkungan fisik memiliki keterkaitan terhadap eksistensi perusahaan mengingat lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan menjalankan kegiatan operasionalnya. Hubungan perusahaan dengan alam bersifat sebab akibat kerusakan lingkungan eksploitasi tanpa batas cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan.

Ketentuan mengenai kegiatan *corporate social responsibility* di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan atau penanam modal untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketentuan ini bertujuan untuk mendukung terjalinnya hubungan yang serasi dan seimbang antara perusahaan dengan lingkungan sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan menurut (Rindawati dan Nur 2015) yaitu sebagai berikut:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

Pedoman atau standar yang sering digunakan oleh perusahaan dalam melaporkan keberlanjutan perusahaan mereka yaitu *Global Reporting Initiatives* (GRI). Adapun standar GRI yang berlaku sekarang adalah GRI G3.1 yang merupakan penyempurnaan dari standar-standar sebelumnya. GRI G3.1 memberikan prinsip-prinsip dalam mendefinisikan isi laporan dan menjamin kualitas dari informasi yang dilaporkan dalam hal pelaporan keberlanjutan perusahaan. Kerangka pelaporan yang disusun dalam *Global Reporting Initiative* membagi aspek pelaporan ke dalam enam aspek, dimana setiap aspek berisi protokol indikator (indikator kinerja). Keenam aspek atau

indikator tersebut adalah indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan hidup, indikator kinerja praktik ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, indikator kinerja hak asasi manusia, indikator kinerja masyarakat, dan indikator kinerja tanggung jawab produk.

Corporate social responsibility dengan berjalannya waktu menjadi bagian yang tak terpisahkan dari keberadaan perusahaan (Hadi 2014:65) hal ini karena keberadaan perusahaan di tengah lingkungan memiliki dampak positif maupun negatif. Keberpihakan sosial perusahaan terhadap masyarakat (*society responsibility*). (Hadi 2014) menyatakan keberpihakan sosial perusahaan terhadap masyarakat mengandung motif baik sosial maupun ekonomi. (Hadi 2014) juga menyatakan bahwa biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan memiliki manfaat meningkatkan kinerja sosial yaitu meningkatkan legitimasi dan mengurangi komplain *stakeholder*, selain itu biaya sosial juga dapat meningkatkan image perusahaan baik di pasar komoditas maupun pasar modal.

2.4 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu prestasi kerja yang dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu yang merupakan hasil dari proses kerja yang terjadi dalam periode tersebut. Peningkatan kinerja perusahaan merupakan salah satu cara dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan para pemilik modal atau pemegang saham (Mahaputri dan Yadnyana 2014). Untuk mengetahui kinerja yang telah dicapai maka perlu dilakukan penilaian kinerja. Penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari segi analisis laporan keuangan dan dari segi perubahan harga saham. Laporan tahunan (*annual report*) merupakan salah satu sumber informasi guna mendapatkan gambaran kinerja perusahaan. Informasi yang diberikan oleh pihak manajemen perusahaan merupakan salah satu cara untuk memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan mereka kepada para *stakeholder*. Kinerja perusahaan dapat di ukur dengan:

2.4.1 *Economic Value Added (EVA)*

Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban kepada para penyandang dananya juga merupakan alat untuk penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek ekspektasi perusahaan di masa yang akan datang. Investasi pada sekuritas di pasar modal memungkinkan para investor untuk melakukan diversifikasi/ragam investasi, sehingga membentuk portofolio yang sesuai dengan resiko yang bersedia akan mereka tanggung dengan tingkat keuntungan yang diharapkan. *Economic value added (EVA)* merupakan hasil pengurangan total biaya modal terhadap laba operasi setelah pajak. Biaya modal sendiri dapat berupa *cost of debt dan cost of equity*. *Economic value added (EVA)* dapat di hitung dengan beberapa cara sebagai berikut:

- $EVA = \text{Laba Bersih} - [(\text{Modal ekuitas}) \times (\text{Biaya Modal Ekuitas})]$ atau
- $EVA = (\text{Modal Ekuitas}) \times (\text{Laba Bersih} / \text{Modal Ekuitas} - \text{Biaya Modal})$
- $EVA = \text{NOPAT} - \text{Capital Charges}$

Untuk lebih jelas langkah-langkah menghitung EVA sebagai berikut:

Tabel 2.4

Langkah-langkah Perhitungan EVA

Komponen EVA	Rumus perhitungan masing-masing komponen EVA
NOPAT	$EBIT \times (1 - \text{pajak})$
Invested Capital	$(\text{Total hutang} + \text{Ekuitas}) - \text{Hutang Jangka Pendek}$
WACC	$[(D \times r_d) (1 - \text{tax}) + (E \times r_e)]$
Capital Charges	$WACC \times \text{Invested Capital}$
EVA	$\text{Nopat} - \text{Capital Charges}$

Keterangan:

- ✓ D (Tingkat modal) = $\frac{\text{Total hutang}}{\text{Total hutang dan ekuitas}} \times 100\%$
- ✓ r_d (cost of debt) = $\frac{\text{Beban Bunga}}{\text{Total hutang jangka panjang}} \times 100\%$
- ✓ E (tingkat modal/ekuitas) = $\frac{\text{Total ekuitas}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100\%$
- ✓ r_e (cost of equity) = $\frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$
- ✓ Tingkat pajak = $\frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba bersih sebelum pajak}} \times 100\%$

2.4.1.1 Konsep Penilaian EVA :

- a) Apabila $EVA > 0$, nilai EVA positif yang menunjukkan telah terjadi proses nilai tambah pada perusahaan. Berarti ada nilai tambah ekonomis, setelah perusahaan membayarkan semua kewajiban pada para penyandang dana atau kreditur sesuai ekspektasinya.
- b) Apabila $EVA = 0$, menunjukkan posisi impas atau *Break Event Point*. Berarti tidak ada nilai tambah ekonomi, tetapi perusahaan mampu membayarkan semua kewajibannya kepada para penyandang dana atau kreditur sesuai ekspektasinya.
- c) Apabila $EVA < 0$, nilai EVA negative dan menunjukkan tidak terjadi proses nilai tambah. Berarti perusahaan tidak mampu membayarkan kewajibannya kepada para penyandang dana atau kreditur sebagaimana nilai yang diharapkan ekspektasi *return saham* tidak dapat tercapai.

2.4.1.2 Fungsi dari Pendekatan EVA adalah adalah :

- a) Sebagai Indikator adanya penambahan nilai dari sebuah investasi.
- b) Sebagai Indikator kinerja sebuah perusahaan dalam setiap kegiatan operasional ekonomisnya.

- c) Sebagai Pendekatan baru dalam pengukuran kinerja perusahaan dengan memperhatikan secara adil para penyandang dana atau pemegang saham

2.4.1.3 Keunggulan EVA :

- a) EVA memfokuskan penilaiannya pada nilai tambah dengan memperhitungkan beban biaya modal sebagai konsekuensi investasi
- b) Perhitungan EVA relatif mudah dilakukan hanya yang menjadi persoalan adalah perhitungannya biaya modal yang memerlukan data yang lebih banyak analisa yang mendalam
- c) EVA dapat digunakan secara mandiri tanpa memerlukan data pembanding seperti standar atau perusahaan lain, sebagaimana konsep penilaian dengan menggunakan analisa rasio. Dalam prakteknya data pembanding, seringkali tidak tersedia.

2.4.1.4 Kelemahan EVA:

- a) Sulit menentukan biaya modal secara objektif. Hal ini disebabkan karena dana untuk investasi dapat berasal dari berbagai sumber dengan tingkat biaya modal yang berbeda dan bahkan biaya modal mungkin merupakan biaya peluang.
- b) EVA terlalu bertumpu pada keyakinan bahwa investor sangat mengandalkan pendekatan fundamental dalam mengkaji dan mengambil keputusan untuk menjual atau membeli saham tertentu, padahal faktor-faktor lain terkadang justru lebih dominan.
- c) Konsep ini sangat tergantung pada transparansi internal dalam perhitungan EVA secara akurat. Dalam kenyataannya seringkali perusahaan kurang transparan dalam mengemukakan kondisi internalnya.
- d) EVA jarang dipakai dalam praktek
- e) EVA hanya mengukur salah satu keberhasilan bisnis.

2.4.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang di gunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukurannya dapat dilakukan beberapa periode tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu baik penurunan atau kenaikan sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut. Hasil pengukuran tersebut dapat di jadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Adapun manfaat dan tujuan untuk menghitung rasio profitabilitas.

2.4.2.1 Tujuan Penggunaan Rasio Profitabilitas

- a) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- f) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

2.4.2.2 Manfaat yang di Peroleh Rasio Profitabilitas

- a) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.

- b) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

2.4.2.3 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas atau disebut juga dengan rasio rentabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Beberapa rasio profitabilitas sebagai berikut:

a) Margin laba (*profit margin*)

Margin laba (*profit margin*) menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang di peroleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio margin laba maka semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi. Rumus menghitung margin laba sebagai berikut:

$\text{Margin laba} = \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Penjualan}}$
--

b) Margin laba kotor (*gross profit margin*)

Margin laba kotor merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba kotor terhadap pendapatan yang di hasilkan dari penjualan. Semakin besar margin laba kotor semakin baik (*efisien*) kegiatan operasional perusahaan yang menunjukkan harga penjualan pokok lebih rendah dari pada penjualan. Rumus margin laba kotor:

$$\text{Margin laba kotor} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

c) *Return on aset (ROA)*

Rasio return on aset menggambarkan perputaran aktiva diukur dari volume penjualan, semakin besar rasio ini semakin baik hal ini berarti bahwa aktiva dapat lebih cepat berputar dan meraih laba. Rumus menghitung return aset sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

d) *Return on equity (ROE)*

Return on equity atau rasio pengembalian ekuitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase. ROE menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengelola modalnya sehingga tingkat keuntungan diukur dari investasi pemilik modal atau pemegang saham perusahaan. Rumus untuk menghitung ROE sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

e) *ROE Dupont*

Roe dupont dilakukan dengan memecah ROE menjadi beberapa bagian, dengan perhitungan ROE dupont kita dapat mengetahui bagaimana suatu perusahaan mendapatkan keuntungan. Rumus yang digunakan untuk menghitung ROE Dupont sebagai berikut:

$$\text{ROE Dupont} = (\text{Margin Laba}) \times (\text{Perputaran Total Aset}) \times (\text{Multiplier Ekuitas})$$

Margin laba dihitung dengan= Laba Bersih / Penjualan
Perputaran total aset di hitung dengan= Penjualan / Total aset
Multiplier ekuitas dihitung dengan= Total Aset / Ekuitas Biasa

2.4.3. Rasio *Leverage*

Adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya seperti pembayaran bunga atas hutang, pembayaran pokok akhir atas hutang dan kewajiban-kewajiban tetap lainnya. Jenis-jenis rasio leverage sebagai berikut:

a) *Debt to equity* (DER)

Debt to equity ratio atau rasio hutang terhadap ekuitas adalah rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara ekuitas dan hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Rumus untuk menghitung *debt to equity ratio*:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}}$$

b) *Capital adequacy ratio* (CAR)

Capital adequacy ratio menunjukkan kecukupan modal yang di tetapkan lembaga pengatur yang khusus berlaku bagi industri-industri yang berada di bawah pengawasan pemerintah misalnya bank asuransi. Rasio ini dimaksudkan untuk menilai keamanan dan kesehatan perusahaan, rumus untuk menghitung CAR sebagai berikut:

$$\text{CAR} = \frac{\text{Modal}}{\text{Aset Tertimbang (ATMR)}}$$

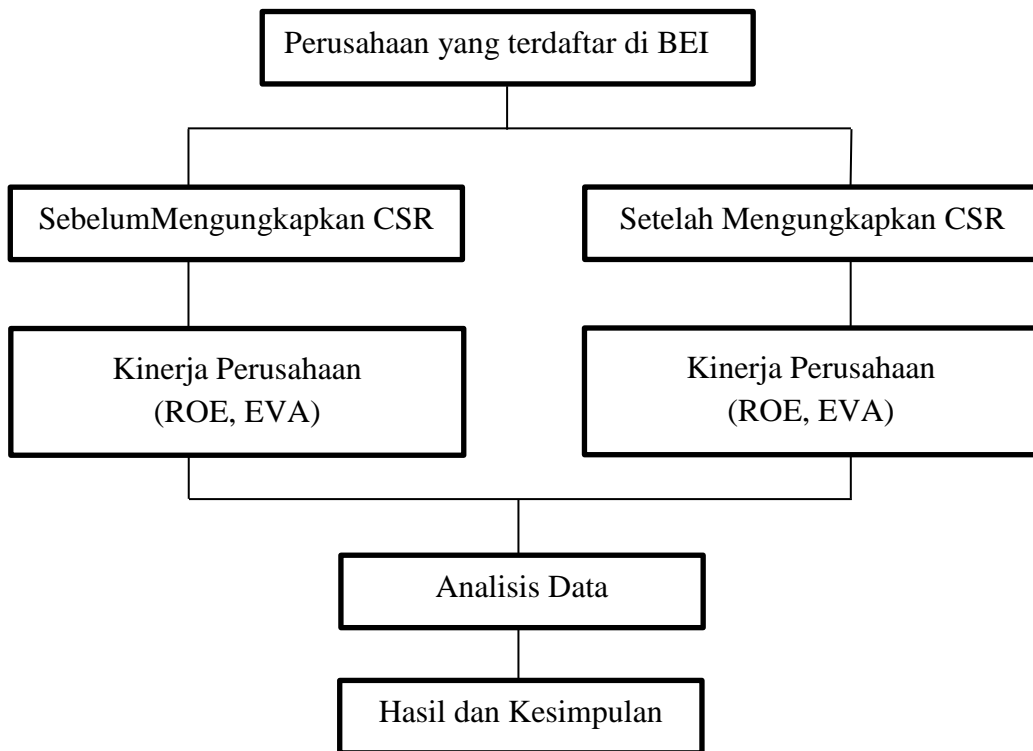
2.5 Hubungan Kinerja Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility*

Kinerja perusahaan adalah suatu prestasi kerja yang dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu yang merupakan hasil dari proses kerja yang terjadi dalam periode tersebut. Kinerja perusahaan merupakan hal yang penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan karena kinerja merupakan cerminan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya perusahaan tersebut, *corporate social responsibility* yang di gunakan tetapi konsep dasarnya yaitu konsep yang menekankan akan pentingnya memperhatikan lingkungan dan sosial perusahaan di dalam melakukan segala aktivitas operasionalnya. Dengan adanya *corporate social responsibility*, maka secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan di ukur menggunakan *Economic Value Added* (EVA) dan *Return On Equity* (ROE) merupakan sebagai penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (Siregar dan Kartikasari 2017). Perusahaan dengan kinerja yang baik akan menghasilkan laba yang maksimal sehingga memiliki tingkat pengembalian investasi yang tinggi. Kinerja perusahaan juga memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keuntungan dari aset, ekuitas, maupun hutang.

2.6 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka pemikiran Penelitian



Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian pada gambar 2.1 di ketahui bahwa objek penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016, variabel penelitian ini adalah *Corporate social responsibility* sebelum mengungkapkan *Corporate social responsibility* dan setelah mengungkapkan *Corporate social responsibility* yang di hitung dengan ROE Dupont dan EVA kemudian di lakukan analisis per tahun setiap perusahaan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.7

Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Penulis	Variabel	Metode	Hasil	Rencana penelitian
1.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada <i>Economic Value Added</i> (EVA) Perusahaan Manufaktur dan Pertambangan	Novian, Rezi Setin (2013)	CSR, EVA	Penelitian Asosiatif dengan pendekatan kuantitatif	CSR berpengaruh positif terhadap EVA	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Economic Value Added</i> (EVA)
2.	Analisis Perbedaan Tingkat Profitabilitas Sebelum Dan Sesudah Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Herry, Yustina dan Stefanus Ariyanto (2012)	CSR, Profitabilitas (NPM, ROA, ROE)	Komparatif, dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan statistika deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terjadi perbedaan profitabilitas pada saat	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Profitabilitas

	<p><i>lity (CSR)</i> Pada Perusahaan Dalam Industri Pertambangan Dan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p>				sebelum dan sesudah pengungkapan CSR	
3.	<p>Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Pt. Citra Tubindo Tbk Dan Pt. Sat Nusaperta Tbk Tahun 2010- 2014)</p>	<p>Siregar, Citra Mawardi ka Asellawa ti dan Dwi Kartikas ari</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), kinerja perusahaan (ROA)</p>	<p>Asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, statistik deskriptif</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memiliki hubungan yang bervarias i terhadap <i>Return on Assets</i> (ROA)</p>	<p><i>corporate social responsibility</i>, kinerja perusahaan</p>
4.	<p>Analisis atas</p>	<p>Yulfajar, Amrina</p>	<p><i>Corporate social</i></p>	<p>Deskriptif, dengan</p>	<p>Perusahaan</p>	<p><i>Corporate social</i></p>

	<p>tingkat kepatuhan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> oleh perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia</p>	(2013)	<i>responsibility</i>	teknik <i>purposive sampling</i>	<p>pertambahan yang memiliki kinerja ekonomi paling bagus adalah Bukit Asam. Selanjutnya pada indikator kinerja lingkungan, yang memiliki kinerja paling baik adalah Aneka Tambang. Untuk indikator praktek tenaga kerja dan kinerja pekerja</p>	<i>responsibility</i>
--	--	--------	-----------------------	----------------------------------	--	-----------------------

					<p>yang layak, PT Timah memiliki kinerja yang paling baik. Selanjutnya pada kepatuhan indikator kinerja hak asasi manusia, Aneka Tambang memimpin dibandingkan perusahaan tambang yang lain.</p>	
5.	Pengaruh <i>corporate social</i>	Rahmawati, Atika (2013)	<i>corporate social responsi</i>	Asosiatif, dengan pendekatan	Dari hasil penelitian	<i>corporate social responsibi</i>

	<i>responsibility</i> terhadap kinerja perusahaan		<i>bility,</i> kinerja perusahaan	n kuantitatif	n CSR berpengaruh terhadap dimensi ekonomi, dimensi environment, dimensi sosial.tet api hasil penelitian n PBV terhadap CAR secara parsial tidak berpengaruh begitu juga DER terhadap CAR.	<i>lity,</i> Kinerja perusahaan
--	--	--	---	------------------	--	---------------------------------------

