

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh pihak lain di masa lampau yang berkaitan dengan inovasi dan atau tanggung jawab sosial terhadap kinerja keuangan perusahaan yang dapat digunakan sebagai bahan rujukan serta pengkajian yang terkait dengan penelitian ini. Penelitiannya antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian Mercuri, dkk. (2019)

Dalam penelitiannya yang berjudul "*Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*" meneliti pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproyeksikan dengan Tobin's Q.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q.

2. Penelitian Aryati (2017)

Dalam penelitiannya yang berjudul "*Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*" meneliti pengaruh

pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan proksi *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, serta pengungkapan tanggungjawab sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE.

3. Penelitian Marheni, dkk. (2019)

Dalam penelitiannya yang berjudul "*Pengaruh Kreatifitas Inovasi, Penetapan Harga Jual, Dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Property Kecamatan Buleleng*" meneliti pengaruh kreatifitas inovasi, penetapan harga jual, dan penyajian laporan keuangan terhadap kinerja usaha property Kecamatan Buleleng.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa (1) kreatifitas inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan property Kecamatan Buleleng, (2) penetapan harga jual berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan property Kecamatan Buleleng, dan (3) kualitas laporan keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan property Kecamatan Buleleng.

4. Penelitian Parengkuan (2017)

Dalam penelitiannya yang berjudul "*Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok*

Bursa FEB – Unsrat meneliti pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap kinerja keuangan berdasarkan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia..

Hasilnya menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ROA.

5. Penelitian Gunawan & Yuanita (2018)

Dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimoderasi Oleh Struktur Kepemilikan*” menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan yang dimoderasi oleh kepemilikan asing di perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap return on equity, nilai tambah ekonomi, dan margin laba bersih. Namun, kepemilikan asing tidak memoderasi hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan.

6. Penelitian Fahmila & Ngaini (2018)

Dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan pada UKM Di Yogyakarta*” meneliti pengaruh strategi inovasi yang mencakup orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk dan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional pada UKM Batik di Yogyakarta.

Hasil penelitiannya membuktikan bahwa secara keseluruhan strategi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional, kemudian secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari inovasi proses, inovasi produk dan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional, namun hasil penelitian ini secara parsial mengindikasikan juga bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan pada orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional.

7. Penelitian Canh et al (2020)

Dalam penelitiannya yang berjudul "*The Impact of Innovation on the Firm Performance and Corporate Social Responsibility of Vietnamese Manufacturing Firms*" dalam penelitian ini, tujuannya yaitu untuk memperluas literatur dengan memeriksa dampak inovasi produk dan proses, dan kemudian interaksinya dengan kolaborasi eksternal, pada perusahaan kinerja dan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dalam hal kontribusi lokal untuk sampel perusahaan manufaktur Vietnam selama 2011-2013.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi proses dan produk bermanfaat untuk kinerja perusahaan dalam hal pangsa pasar, tetapi tidak ada pengembalian terhadap total aset. Ini menyiratkan bahwa investasi dalam kegiatan inovatif memerlukan waktu untuk dibuat perubahan positif dalam profitabilitas, tetapi dapat membantu memenangkan loyalitas konsumen.

Untuk dapat memperjelas persamaan dan perbedaan dengan penelitian sekarang, maka akan disajikan dalam bentuk tabel, sebagai berikut:

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No.	Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Populasi dan Sampel
1	Fahmila dan Ngaini, 2018 (Jurnal)	Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Pada Ukm Di Yogyakarta	X1 : Orientasi Kepemimpinan X2 : Inovasi Proses X3 : Inovasi Produk X4 : Implementasi Inovasi Y : Kinerja Operasional	Populasi: Responden yang diperoleh dari hasil rekapan kuesioner. Sampel: Menggunakan metode angket dengan teknik <i>purposive sampling</i>
2	Mercuri, dkk. 2019 (Jurnal)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	X : CSR Y : Kinerja Keuangan Perusahaan	Populasi: 20 perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2016. Sampel: Menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> sehingga mendapatkan hasil akhir 44 perusahaan..
3	Aryati, 2017 (Jurnal)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	X : CSR Y : Profitabilitas Perusahaan : 1. NPM 2. ROA	Populasi: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2013-2016. Sampel: 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2013-2016
4	Marheni, dkk. 2019	Pengaruh Kreatifitas Inovasi, Penetapan	X1: Kreatifitas Inovasi	Populasi:

	(Jurnal)	Harga Jual, Dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Property Kecamatan Buleleng	X2: Penetapan Harga Jual X3: Kualitas Laporan Keuangan Y: Kinerja Keuangan Perusahaan	seluruh Perusahaan property Kecamatan Buleleng yang terdaftar di Dinas Penanaman Modal dan PPTSP yang berjumlah 78 orang yang merupakan pimpinan dan wakil pimpinan dari 39 perusahaan property di Kecamatan Buleleng. Sampel: Keseluruhan dari populasi di perusahaan property Kecamatan Buleleng berjumlah 78 orang yang ditujukan kepada pimpinan dan wakil pimpinan yang memiliki masa jabatan minimal 1 tahun.
5	Parengkuan , 2017 (Jurnal)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa Feb – Unsrat	X: CSR Y: Kinerja Keuangan Perusahaan.	Populasi: Laporan keuangan tahunan dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015. Sampel: 18 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015.
6	Gunawan dan Yuanita, 2018 (Jurnal)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimoderasi Oleh Struktur Kepemilikan	X : CSR Y : Kinerja Keuangan Z : Struktur Kepemilikan	Populasi: Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015. Sampel: Diperoleh dengan menggunakan teknik <i>Purposive Sampling</i> .
7	Canh et al, 2020 (Jurnal)	<i>The Impact of Innovation on the Firm Performance</i>	X1 : Interaksi Proses X2 : Inovasi Produk	Populasi: Perusahaan manufaktur di Vietnam selama periode

		<i>and Corporate Social Responsibility of Vietnamese Manufacturing Firms</i>	X3 : Keterbukaan Kinerja Keuangan Perusahaan X4 : CSR Y : Dampak Jenis Inovasi Kinerja Keuangan Perusahaan.	tahun 2011–2013 Sampel: 8386 perusahaan manufaktur yang ada di Vietnam.
8	Brahmantyo , 2020. (Skripsi)	Pengaruh Inovasi Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan Di Indonesia	X1: Inovasi X2: Tanggung Jawab Sosial Y: Kinerja Keuangan Perusahaan	Populasi: Semua perusahaan BUMN khususnya pada sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode tahun 2015-2018. Sampel: Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> dengan hasil 8 perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Sumber: Data diolah pada (2020)

Persamaan mendasar penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah pada variabel yang digunakan yaitu tanggung jawab sosial dan inovasi sebagai variabel bebas (*independen*) dan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan sebagai variabel terikat (*dependen*). Selain itu, data yang digunakan beserta sumber perolehan data yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yakni mayoritas berasal data dari laporan tahunan perusahaan yang didapatkan dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Perbedaan mendasar antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah pada periode tahun yang diteliti terbilang cukup baru. Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari laporan

tahunan yang diungkapkan oleh perusahaan BUMN secara empat tahun berturut-turut dari tahun 2015 hingga 2018, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terdapat pada penggunaan variabel independen dalam penelitian ini dengan menggunakan inovasi dan tanggung jawab sosial, lalu dalam penelitian ini kinerja keuangan perusahaan diproksikan dengan menggunakan ukuran atau rasio ROA, ROE, EPS, dan NPM sebagai dasar tolak ukur untuk penghitungan kinerja keuangan perusahaan perusahaan yang akan diteliti. Data-data tersebut akan diuji untuk mendapatkan hasil penelitian yang dapat dikatakan cukup mutakhir dengan menggunakan data yang terbaru serta variabel yang berbeda.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Yang Mendasari

2.2.1.1. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) definisi teori legitimasi yaitu sebagai suatu kondisi atau status, yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Ketika suatu perbedaan yang nyata atau potensial, ada antara kedua sistem nilai tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi. Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku

yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua hal tersebut selaras, hal tersebut dinamakan legitimasi perusahaan. Ketika terjadi ketidakselarasan antara kedua sistem tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Menurut O'Donovan (2002) legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Deegan (2004) mengatakan teori legitimasi merupakan suatu upaya perusahaan untuk terus memastikan bahwa kegiatan operasional mereka berada dalam bingkai dan norma yang ada dalam sistem masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada. Perusahaan berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah.

Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan

menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat.

2.2.1.2. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder dapat diartikan sebagai para pemangku kepentingan yang merupakan pihak atau kelompok yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Deegan (2004) konsep dari *stakeholder* telah mengalami banyak perubahan dimana yang pada awalnya hanya diperuntukkan bagi para pemegang saham sekarang mulai diperluas dengan memasukkan anggota yang lebih banyak seperti kelompok yang dianggap tidak menguntungkan (*Adversial group*) yaitu regulator dan pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan tertentu.

Salah satu keinginan dan harapan yang muncul dari para *stakeholder* adalah ketika perusahaan mendapatkan hasil kinerja keuangan yang baik (*profit*) maka perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif melalui sebuah kegiatan sosial dan mengungkapkannya secara transparan dalam sebuah laporan tahunan yang perusahaan terbitkan. Teori *stakeholder* juga menekankan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi mereka (Deegan, 2004). Dengan adanya hal tersebut maka perusahaan secara tidak langsung akan memilih

untuk mengungkapkan informasi secara sukarela terkait semua aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan melebihi permintaan kewajiban yang harus perusahaan lakukan (Deegan, 2004) melalui pengungkapan sosial yang dilakukan secara sukarela ini diharapkan dapat menjadi dialog yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.

Manajer diharapkan dapat melakukan aktivitas-aktivitas yang dianggap penting oleh stakeholder mereka, dan melaporkan aktivitas-aktivitas tersebut. Artinya perusahaan perlu menerapkan tanggung jawabnya terhadap para stakeholdernya dan juga menerapkan good corporate governance (Freeman et, al. 2010:195). Teori ini juga menyatakan perusahaan akan memilih secara sukarela dalam pengungkapan informasi kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual mereka, melebihi dan diatas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh stakeholder.

Warsono dkk. (2009: 29-31) mengungkapkan bahwa terdapat tiga argumen yang mendukung pengelolaan perusahaan berdasarkan sudut pandang teori stakeholder, yaitu argumen deskriptif, argumen instrumental, dan argumen normatif, berikut penjelasan singkat mengenai ketiga argumen tersebut:

1. Argumen Deskriptif

Menyatakan bahwa pandangan pemangku kepentingan secara sederhana merupakan deskripsi yang realistis mengenai bagaimana perusahaan sebenarnya beroperasi atau bekerja.

Manajer harus memberikan perhatian penuh pada kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi tugas manajemen lebih penting dari itu.

Untuk dapat memperoleh hasil yang konsisten, manajer harus memberikan perhatian pada produksi produk-produk berkualitas tinggi dan inovatif bagi para pelanggan mereka, menarik dan mempertahankan karyawan-karyawan yang berkualitas tinggi, serta mentaati semua regulasi pemerintah yang cukup kompleks. Secara praktis, manajer mengarahkan energi mereka terhadap seluruh pemangku kepentingan, tidak hanya terhadap pemilik saja.

2. Argumen Instrumental

Menyatakan bahwa manajemen terhadap pemangku kepentingan dinilai sebagai suatu strategi perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang mempertimbangkan hak dan memberi perhatian pada berbagai kelompok pemangku kepentingannya akan menghasilkan kinerja yang lebih baik.

3. Argumen Normatif

Menyatakan bahwa manajemen terhadap pemangku kepentingan merupakan hal yang benar untuk dilakukan. Perusahaan mempunyai penguasaan dan kendali yang cukup besar terhadap banyak sumber daya, dan hak istimewa ini menyebabkan adanya kewajiban perusahaan terhadap semua pihak yang mendapat efek dari tindakan-tindakan perusahaan.

2.2.1.3. Teori *Triple Bottom Line*

Antara ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar memiliki hubungan erat yang tidak dapat terpisahkan. Perusahaan sebagai pelaku usaha memiliki tujuan utama yaitu mencapai laba sehingga seluruh kegiatan difokuskan untuk mencapai *profit* tertinggi dan bentuk upaya untuk meningkatkan harga saham.

Para *stakeholders* berperan pula pada keberlangsungan hidup dan perkembangan perusahaan sehingga perusahaan perlu memberikan manfaat dan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan karena proses operasi perusahaan tentu berdampak pada masyarakat. Telah dijelaskan pula bahwa lingkungan memiliki hubungan sebab-akibat, apabila kita merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat dan apabila kita merusak lingkungan maka kita akan merasakan akibatnya (Wibisono,2007:33-36)

Elkington (1997) menjelaskan konsep *Triple Bottom Line* digunakan sebagai landasan prinsipal dalam aplikasi program *Corporate Social Responsibility* pada sebuah perusahaan. Tiga kepentingan yang menjadi satu ini merupakan garis besar dan tujuan utama tanggung jawab sosial sebuah perusahaan.

1. *Profit* (Keuntungan)

Keuntungan merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Keuntungan sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

2. *People* (Masyarakat)

Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan untuk keberadaan, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu, operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada keputusan perusahaan tersebut tidak bersifat paksaan atau tuntutan masyarakat sekitar. Untuk memperkuat komitmen dalam tanggung jawab sosial diperlukan pandangan mengenai *Corporate Social Responsibility*. Melalui kegiatan sosial perusahaan maka itu dapat dikatakan melakukan investasi masa depan dan timbal baliknya masyarakat juga akan ikut serta menjaga eksistensi perusahaan.

3. *Planet* (Lingkungan)

Lingkungan merupakan sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan perusahaan. Hubungan perusahaan dan lingkungan adalah hubungan sebab akibat yaitu jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan bermanfaat bagi perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan merusak lingkungan maka lingkungan juga akan tidak memberikan manfaat kepada perusahaan. Dengan demikian, penerapan konsep *Triple Bottom Line* yakni *profit*, *people*, dan *planet* sangat diperlukan sebuah

perusahaan dalam menjalankan operasinya. Sebuah perusahaan tidak hanya keuntungan saja yang dicari melainkan juga memperdulikan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

2.2.2. Inovasi

2.2.2.1. Pengertian Inovasi

Menurut Pearce et al. (2013) berpendapat bahwa inovasi merupakan komersialisasi awal penemuan dengan menghasilkan dan menjual suatu produk, jasa, atau proses baru.

Selain itu, menurut Sukmadi (2016), inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat.

Inovasi merupakan proses yang kompleks dan telah terbukti berpengaruh terhadap perbedaan jenis pemangku kepentingan dari sudut pandang teori pemangku kepentingan, pemegang saham dan kreditor karena lebih cenderung khawatir tentang kinerja keuangan perusahaan (Chan et al, 2019).

2.2.2.2. Jenis-Jenis Inovasi

Roberts et al. (2003) menyatakan inovasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu secara radikal dan *incremental*. Inovasi secara radikal berarti menciptakan produk yang benar-benar baru,

yang umumnya dilakukan dengan adanya dorongan teknologi (technology push), sedangkan inovasi yang dilakukan secara incremental dilakukan melalui perbaikan atau menyempurnakan produk yang sudah ada pada waktu sebelumnya, yang biasanya dikaitkan dengan tarikan pasar (market pull).

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Pearce et al. (2013), bahwa jenis inovasi terdiri dari inovasi *incremental* dan inovasi terobosan. Jenis inovasi terobosan ini sama dengan inovasi radikal, hanya istilahnya saja yang berbeda.

Sementara itu, Hendro (2011) menerangkan jenis-jenis inovasi terdiri dari inovasi produk, inovasi pemasaran, inovasi proses, inovasi teknikal, dan inovasi administrasi.

2.2.2.3. Strategi Inovasi

Hittmár et al. (2014) mendefinisikan strategi inovasi sebagai suatu alat dasar yang menentukan arah inovasi bisnis berdasarkan strategi bisnis dan tujuan strategis. Kazinguvu (2016) berpendapat bahwa inovasi strategis adalah ciptaan dari strategi pertumbuhan, teknologi baru, pelayanan baru, cara baru dalam melakukan sesuatu atau suatu bisnis model yang merubah permainan dan menghasilkan nilai baru yang signifikan untuk konsumen, dan pelanggan.

Strategi inovasi juga membantu bisnis menemukan tantangan baru bagi perkembangan dan pertumbuhan mereka. Strategi inovasi merupakan konsep manajemen, terdiri dari banyak kegiatan

internal dan eksternal yang meningkatkan potensi inovasi bisnis (Suhaeni, 2018:60).

Dalam hal ini, inovasi diperlukan untuk menekankan pentingnya dan peranan yang mempengaruhi pembentukan strategi inovasi. Peranan tersebut berasal dari karyawan bisnis, manajer, dan juga pelanggan (Hittmár et al, 2014)

2.2.3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

2.2.3.1. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan para Stakeholder, serta dapat mencapai *profit* maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Nugraha, 2011: 2-3).

Tanggung jawab sosial dimaknai sebagai komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Rusdianto, 2013:7).

Tanggung jawab sosial merupakan bentuk pembangunan keberlanjutan perusahaan dengan bertanggungjawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Melalui pelaksanaan

tanggung jawab sosial diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan (Untung, 2009:1).

2.2.3.2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengungkapan adalah *output* informasi yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial adalah agar perusahaan dapat menyerahkan informasi mengenai aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Menurut Hery (2012:43) Pengungkapan tanggung jawab sosial yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* yang merupakan proses visualisasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Namun bagi perusahaan, pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan masih menjadi perdebatan antara bersifat wajib atau sukarela. Menurut Andreas, dkk (2015) untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, perusahaan tentunya tidak mengeluarkan biaya tambahan yang sedikit jumlahnya, akan tetapi biaya tambahan ini menunjukkan besarnya komitmen perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial.

Di Indonesia pemerintah telah mewajibkan perusahaan dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 29/POJK 04/2016 tentang Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik dimana

di Pasal 4 tentang laporan tahunan wajib sedikit memuat tanggung jawab sosial dan lingkungan emiten atau perusahaan publik hal tersebut sudah menjadi kewajiban perseroan.

2.2.3.2. Kategori Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Saat ini perusahaan harus memperhatikan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Perusahaan wajib untuk bertanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan (sosial, ekonomi dan lingkungan) melalui kegiatan tanggung jawab sosial. Laporan pertanggungjawaban sosial diungkapkan dalam *sustainability report*.

Saat ini Standar pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yang berkembang di Indonesia mejuruk pada standar yang diterapkan GRI (Global Reporting Initiative). Untuk standar GRI yang akan digunakan yaitu G4. GRI G4 memberikan kemudahan untuk perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan tanggungjawab sosial dan lebih mudah berbagi informasi dengan stakeholder.

Menurut GRI-G4 terdapat 3 kategori dalam pengungkapan tanggungjawab sosial, yaitu:

1) Ekonomi

Dimensi keberlanjutan ekonomi berkaitan dengan dampak organisasi terhadap keadaan ekonomi bagi pemangku kepentingannya dan terhadap sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global.

Kategori ekonomi menggambarkan arus modal di antara pemangku kepentingan yang berbeda, dan dampak ekoomi utama dari organisasi di seluruh lapisan masyarakat.

2) Lingkungan

Dimensi keberlanjutan 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.

3) Sosial

Dimensi keberlanjutan sosial membahas dampak yang dimiliki organisasi terhadap sistem sosial dimana organisasi beroperasi. Kategori sosial memiliki empat sub-kategori, yaitu praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk. Sebagian besar konten dari sub-kategori didasarkan pada standar universal yang diakui secara internasional atau referensi internasional lainnya yang relevan.

2.2.3.3. Manfaat Tanggung Jawab Sosial

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial, antara lain produk yang dihasilkan semakin diminati oleh konsumen dan perusahaan

disukai oleh investor. Selain itu, Tanggung jawab sosial dapat digunakan sebagai alat marketing model baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan secara jangka panjang atau berkelanjutan (Heryanto & Juliarto, 2017:2).

Menurut Ekasari (2012:196), aktivitas sosial perusahaan memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan legitimasi *stakeholder* terhadap perusahaan, termasuk *market force* dan konsumen jangka panjang. Namun keikutsertaan perusahaan dalam tanggung jawab sosial akan menambah biaya.

Menurut Branco dan Rodrigues dalam Mursitama dkk (2011: 27-31), membagi dua manfaat tanggungjawab sosial bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan. Yaitu dari sisi internal maupun eksternal.

a. Manfaat Internal tanggung jawab sosial, yaitu :

- 1) Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Serangkaian aktivitas pengembangan sumber daya manusia dicapai dengan menciptakan para karyawan yang memiliki keterampilan tinggi. Karyawan yang berkualitas akan menyumbang pada sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif. Misalnya, dengan meningkatnya loyalitas dan moral dari karyawan.
- 2) Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan

dengan supplier yang berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan.

- 3) Menciptakan budaya perusahaan, kapasitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik. Pengintroduksian tanggungjawab sosial diharapkan perusahaan dan kemauan untuk terus belajar. Integrasi antar fungsi di dalam perusahaan diharapkan juga akan terjadi. Selain itu, partisipasi para karyawan di dalam perusahaan dan keterampilan mereka diharapkan meningkat pula.
 - 4) Kinerja keuangan. Dengan dilakukannya tanggung jawab sosial, kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik. Kualitas lingkungan yang turut disumbangkan oleh korporasi bukan hanya secara langsung mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga meningkatkan kepemilikan pemodal.
- b. Manfaat Eksternal tanggung jawab sosial, yaitu :
- 1) Penerapan tanggung jawab sosial akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengembang dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini menyangkut pemberian pelayanan yang lebih baik kepada pihak eksternal atau pemangku kepentingan eksternal.
 - 2) Tanggung jawab sosial merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab

secara sosial. Untuk itu, diperlukan kesesuaian antara berbagai aktivitas sosial dengan karakteristik perusahaan yang juga khas. Karakteristik ini mempengaruhi ekspektasi dari para pemangku kepentingan tentang bagaimana seharusnya perusahaan bertindak.

- 3) Melaksanakan tanggung jawab sosial dan membuka kegiatan *Corporate Social Environmental* itu secara publik merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan khayalak. Pada gilirannya semuanya akan membantu menciptakan reputasi dan image perusahaan yang lebih baik. Dengan demikian, akan membantu perusahaan dan para karyawannya dalam membangun keterikatan dengan komunitas secara lebih kohensif dan terintegrasi.
- 4) Kontribusi tanggung jawab sosial terhadap kinerja perusahaan pun dapat terwujud paling tidak dalam dua bentuk. Pertama, dampak positif yang timbul sebagai insentif (*rewards*) atas tingkah laku positif dari perusahaan. Kontribusi ini sering disebut sebagai kesempatan (*opportunities*). Kedua, kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai jaring pengaman atau *safety nets* bagi perusahaan.

2.2.4. Kinerja Keuangan Perusahaan

2.2.4.1. Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) no. 1 (2017) tentang Penyajian Laporan Keuangan menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan dianggap sebagai sarana penyedia informasi keuangan yang penting bagi investor untuk mengetahui perkembangan perusahaan secara periodik (Samsul, 2015:168). Menurut Kasmir (2016:7), Laporan keuangan adalah suatu laporan yang memvisualisasikan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

Menurut Kasmir (2016:10) secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu. Jelasnya laporan keuangan mampu menyediakan informasi keuangan kepada pihak dalam dan luar perusahaan yang memiliki kepentingan finansial terhadap perusahaan. Berikut tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan yaitu :

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.

4. Memberikan informasi tentang jenis dan jenis biaya yang dikeluarkan dalam satu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva dan modal usaha.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan,
8. Informasi laporan keuangan lainnya.

Berdasarkan definisi diatas, dapat dikatakan bahwa laporan keuangan merupakan hasil atau tahapan akhir dari proses akuntansi, informasi keuangan yang disampaikan dari hasil tersebut sangat penting bagi manajemen dan pemilik perusahaan. Laporan keuangan juga akan menentukan pengambilan keputusan yang dilakukan perusahaan saat ini dan untuk kedepannya, dengan melihat berbagai permasalahan yang ada baik kelemahan maupun kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

2.2.4.2. Pengertian Kinerja Keuangan Perusahaan

Menurut Jumingan (2014:239) kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan pada suatu periode tertentu baik itu menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana yang biasanya di ukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas dan profitabilitas.

Menurut Hery (2016:25) Kinerja keuangan merupakan suatu usaha dalam mengukur keberhasilan perusahaan mengevaluasi efisiensi dan efektivitas perusahaan untuk menghasilkan laba.

Dengan pengukuran kinerja keuangan dapat terlihat pertumbuhan dan perkembangan keuangan perusahaan dari pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya, perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila perusahaan telah mencapai kinerja tertentu yang telah ditetapkan perusahaan dan bekerja secara efektif dan efisien. Perusahaan yang sehat, selain dapat menghasilkan laba yang maksimal juga dapat ditunjukkan dari kemampuannya dalam membayar hutang dengan tepat waktu (Indrayani, dkk. 2017:3).

2.2.4.3. Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan

Analisis rasio keuangan merupakan metode analisis yang paling sering digunakan karena merupakan metode yang paling cepat untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan. Dengan menggunakan analisis rasio akan terlihat gambaran tentang baik buruknya keadaan atau posisi keuangan perusahaan. Sehingga bisa membantu perusahaan dalam mengidentifikasi permasalahan yang ada dan memberikan petunjuk tentang keputusan yang harus diambil pihak manajemen (Indayani, dkk. 2017:3).

Menurut Hery (2016:139) rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan

kinerja perusahaan. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial.

Rasio keuangan adalah kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Hasil dari rasio keuangan akan ini akan terlihat kondisi kesehatan perusahaan yang bersangkutan dan dapat dijadikan sebagai evaluasi hal-hal yang perlu dilakukan kedepan. (Kasmir, 2016:104).

Terdapat empat rasio profitabilitas yang terdapat pada penelitian ini yang digunakan sebagai pengukuran untuk kinerja keuangan perusahaan, yakni:

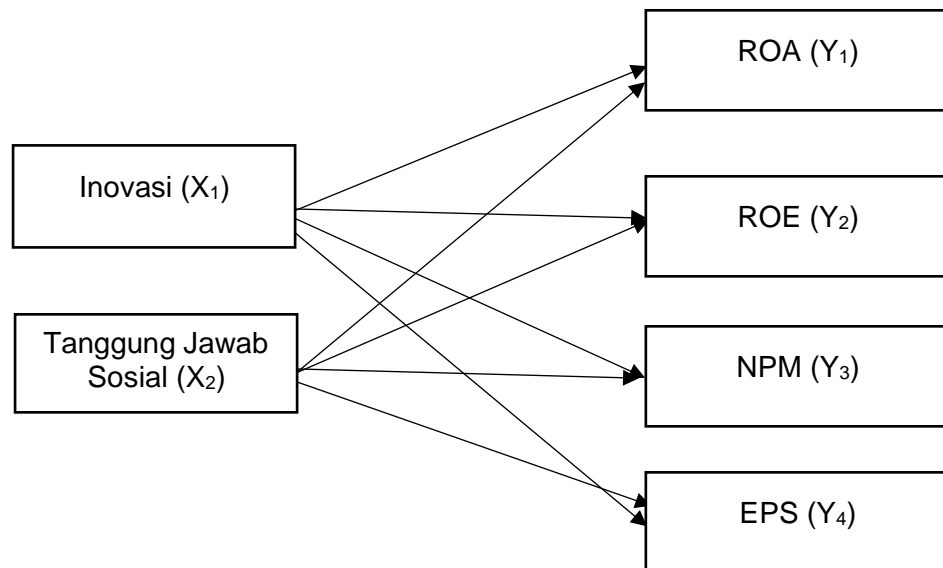
1. *Return On Assets* (ROA), merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih, atau rasio yang membandingkan antara laba bersih dengan total aktiva. Semakin tinggi *Return on Assets* maka semakin baik total aktiva dan menghasilkan laba bagi perusahaan.
2. *Return On Equity* (ROE), merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba bersih, atau rasio yang membandingkan antara laba bersih dan total ekuitas. Semakin tinggi *Return on Equity*, maka semakin baik laba yang dihasilkan perusahaan dan bisa berdampak semakin banyaknya investor yang akan

berinvestasi. Hal ini menandakan perusahaan bekerja secara efektif.

3. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih, atau rasio yang membandingkan antara laba bersih dan total penjualan. Semakin tinggi *Net Profit Margin* maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan meningkatkan penjualan. Hal tersebut menandakan kinerja perusahaan yang semakin produktif.
4. *Earning Per Share* (EPS), EPS merupakan tingkat keuntungan yang menunjukkan pendapatan bersih yang diperoleh investor atau pemegang saham dari setiap lembar saham. Investor lebih tertarik pada saham yang memiliki EPS tinggi dibandingkan saham yang memiliki EPS rendah.

2.3. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4. Hipotesis

Berdasarkan kerangka penelitian tersebut diatas, maka peneliti mengemukakan hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1) Inovasi Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fahmila dan Ngaini (2017), disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan strategi inovasi terhadap kinerja operasional karena inovasi dan kreativitas sudah menjadi komponen yang penting sebagai sumber keunggulan daya saing suatu perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang tidak dapat dihindari ini mengakibatkan suatu produk akan tumbuh berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk akan sulit dibedakan antara satu dengan yang lain. Semakin banyak atau seringnya suatu perusahaan berinovasi dan

mengembangkan kreativitasnya, maka dapat dipastikan kinerja keuangan perusahaan juga akan meningkat, tentu hal tersebut berkaitan dengan ukuran kinerja keuangan perusahaan yang akan diprosikan dengan rasio ROA, ROE, EPS, dan NPM. Dan juga sejalan dengan teori *stakeholder* (Deegan, 2004) yang menyatakan bahwa salah satu keinginan dan harapan yang muncul dari para *stakeholder* adalah ketika perusahaan mendapatkan hasil kinerja keuangan yang baik.

H₁ : Terdapat Pengaruh Inovasi terhadap ROA

H₂ : Terdapat Pengaruh Inovasi terhadap ROE

H₃ : Terdapat Pengaruh Inovasi terhadap NPM

H₄ : Terdapat Pengaruh Inovasi terhadap EPS

2) Tanggung Jawab Sosial Berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Aryati (2017), tanggung jawab sosial perusahaan telah berevolusi dari kegiatan filantropi menjadi komponen penting dalam pengelolaan *stakeholders* dan telah dimasukkan ke dalam model kinerja. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Tindakan tanggung jawab sosial tentu saja mempunyai keterkaitan positif terhadap keadaan keuangan perusahaan baik itu menggunakan item keuangan penting perusahaan seperti ROA, ROE, NPM, maupun EPS. Hal tersebut juga didukung

dengan penelitian Parengkuan (2017:565) yang menyatakan bahwa program tanggung jawab sosial merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya akan tetapi sebagai sarana meraih keuntungan. Pernyataan tersebut juga berkaitan dengan pernyataan yang dinyatakan oleh Deegan (2004) bahwa teori legitimasi merupakan suatu upaya perusahaan untuk terus memastikan bahwa kegiatan operasional mereka berada dalam bingkai dan norma yang ada dalam sistem masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada. Perusahaan berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah.

H₅ : Terdapat Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap ROA.

H₆ : Terdapat Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap ROE.

H₇ : Terdapat Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap NPM.

H₈ : Terdapat Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap EPS.