BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori *Stakeholder* Manajerial (*Managerial Stakeholder Theory*)

Penelitian ini mengadopsi teori *stakeholder* manajerial. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah sebuah organisasi yang hanya beroperasi untuk kepentingan organisasinya sendiri, tetapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Teori *stakeholder* dibagi menjadi dua, yaitu *ethical stakeholder theory* dan *managerial stakeholder theory*. *Ethical stakeholder theory* mengungkapkan bahwa semua *stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi. Sedangkan *managerial stakeholder theory* mengungkapkan bahwa organisasi tidak akan menanggapi semua stakeholder yang sama, tetapi lebih menanggapi *stakeholder* yang dianggap memiliki pengaruh bagi organisasi (Deegan dan Unerman, 2011).

Managerial Stakeholder Theory sangat mendasari praktik *Corporate Social Responsibiity* karena adanya hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*, dimana *stakeholder* memiliki peran yang sangat penting khususnya *stakeholder* yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan. Untuk memenuhi kepuasan kepada *stakeholder* maka pihak manajemen melakukan pengungkapan sukarela, yaitu *Corporate Social Responsibility* dimana dari pengungkapan tersebut *stakeholder* akan mengendalikan pemakaian sumber daya untuk efisiensi dan efektifitas perusahaan. Deegan dan Unerman (2011) mengatakan bahwa terdapat tiga hal yang perlu dipertimbangkan yang berkaitan dengan *stakeholder*, dimana semakin

perusahaan percaya bahwa *stakeholder* memiliki ketiga hal tersebut maka semakin besar pengaruh *stakeholder* bagi perusahaan. Ketiga hal tersebut, yaitu *power*, *legitimacy*, dan *urgency*.

1. *Power* mengacu kepada sejauh mana *stakeholder* dapat menggunakan pengaruhnya terdahap perusahaan.
2. *Stakeholder* memiliki *legitimacy* ketika tuntutannya sesuai dengan norma, nilai, dan keyakinan dari masyarakat luas.
3. *Urgency* mengacu kepada sejauh mana tuntutan *stakeholder* membutuhkan perhatian perusahaan.

2.2 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility atau yang dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan dalam kegiatan usahanya serta cara perusahaan berinteraksi dengan *stakeholder* secara sukarela (Kamatra dan Kartikaningdyah, 2015). CSR secara sederhana dapat dikatakan sebagai upaya timbal balik yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar akibat kegiatan operasional perusahaan dimana dalam kegiatan tersebut seringkali terjadi kerusakan lingkungan dan dampak sosial lainnya. Menurut Suharto (2008), CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik melembaga dan berkelanjutan.

Putu *et al* (2014) berpendapat CSR merupakan mekanisme bagi suatu organisasi seacara sukarela untuk mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi mereka dan interaksi dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab hukum. Menurut Husnan dan Pamudji (2013) CSR merupakan salah satu bentuk *sustainability reporting* dimana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direkfleksikan dalam kondisi keuangan saja tetapi tanggung jawab perusahaan berdasarkan *triple bottom line*, yaitu perhatian terhadap masalah sosial dan lingkungan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR merupakan kewajiban perusahaan dalam menyeimbangkan antara kesejahteraan *stakeholder* dengan kesejahteraan sosial dan lingkungan. Dari berbagai definisi mengenai CSR terdapat persamaan, yaitu CSR tidak lepas dari kepentingan *stakeholder* perusahaan termasuk di dalamnya pelanggan, pegawai, komunitas, investor, pemerintah, suplier, bahkan kompetitor. Kegiatan CSR harus mampu meningkatkan laba perusahaan, mensejahterkan *stakeholder*, serta meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan.

Bentuk-bentuk CSR adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan lingkungan secara baik, termasuk di dalamnya menyediakan lingkungan yang aman dan nyaman, sistem kompensasi yang layak, dan memberikan perhatian mengenai kesejahteraan karyawan.
2. Kemitraan antara perusahaan dan masyarakat, khususnya masyarakat lokal. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat program antara lain *community*

development untuk membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam kurun waktu cukup panjang.

3. Kelestarian lingkungan, seperti penghijauan, penanaman kembali hutan gundul, dan kebersihan lingkungan.
4. Investasi sosial atau sering diartikan sebagai kegiatan amal. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan dukungan finansial dan non finansial terhadap kegiatan sosial dan lingkungan yang akan menunjang kegiatan bisnis perusahaan serta memberikan citra yang baik di masyarakat.

2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan sosial dan lingkungan adalah pengungkapan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan perusahaan. Pengungkapan ini dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti laporan tahunan, laporan interim, prospektus, dan pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa. Pengungkapan ada yang bersifat wajib, yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan tertentu dan ada pengungkapan yang bersifat sukarela, yaitu pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela (*voluntary*), belum diaudit (*unaudit*), dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu (*unregulated*).

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pengungkapan CSR perusahaan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah

mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan, dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Global Reporting Initiative, 2016) . Menurut Asmaranti (2011) pelaporan berkelanjutan GRI merupakan pedoman yang paling komprehensif dan dominan mengenai penetapan pelaporan tanggung jawab sosial. GRI mencari landasan bersama untuk membangun kerangka kerja pelaporan yang konsisten. Berdasarkan pedoman GRI G4 terdapat 46 aspek yang tersebar dalam 3 kategori, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Penelitian ini hanya menggunakan kategori lingkungan dan sosial karena kategori tersebut paling sesuai dengan penelitian.

2.4 Kinerja Keuangan

Perusahaan sebagai sebuah organisasi pada umumnya memiliki tujuan yang ingin dicapai untuk memenuhi kepentingan anggota dan kewajiban terhadap *shareholder* maupun *stakeholder*. Salah satu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan adalah dengan melakukan penilaian kinerja keuangan yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Pengukuran kinerja perusahaan biasanya dilakukan menggunakan laporan tahunan (*annual report*) yang menggambarkan kinerja keuangan dan non keuangan. Laporan keuangan yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan digunakan oleh pihak internal perusahaan untuk memberikan informasi terkait kondisi keuangan perusahaan kepada *stakeholder*. Dalam penelitian ini, kinerja keuangan di proksikan dengan *Return on Asset* (ROA).

Menurut Asmaranti (2011), *Return on Asset* adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. ROA merupakan rasio laba bersih setelah terhadap total aktiva yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan investasi yang digunakan untuk operasional perusahaan dalam rangka menciptakan profitabilitas. Semakin besar ROA dianggap bahwa kinerja keuangan perusahaan semakin meningkat karena tingkat pengembalian investasi yang semakin besar. ROA dapat dirumuskan sebagai berikut (Hanifa dan Cahaya, 2016):

$$\textit{Return on Asset}\ (\text{ROA}) = \frac{\text{Earning after tax}}{\text{2-year average of total asset}}$$

2.5 *Firm Size*

Menurut Youn *et al* (2015), perusahaan yang besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar dari pada perusahaan kecil dan lebih mampu berinisiatif dalam melaksanakan CSR. Perusahaan besar cenderung lebih terlihat di mata masyarakat dan mampu merespon tekanan dari *stakeholder* melalui inisiatif kegiatan CSR. Konsisten dengan *managerial stakeholder theory* perusahaan besar secara sukarela mengungkapkan informasi non keuangan karena memliki kewajiban kepada para *stakeholder*, terutama *stakeholder* yang berpengaruh terhadap perusahaan.

Secara umum penelitian di Indonesia menggunakan total aset atau total penjualan sebagai proksi dari ukuran perusahaan (Qomariah, 2015). Total aset

menunjukkan bahwa perusahaan memiliki arus kas yang baik, sehingga dianggap memiliki prospek yang baik dalam waktu yang panjang. Perusahaan dengan total aset yang besar mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil serta mampu menghasilkan laba. Penelitian ini mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh Qomariyah (2015), yaitu menggunakan total aset sebagai proksi *firm size*.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh Youn *et al* (2015) mengenai CSR dan kinerja perusahaan pada industri restoran periode 1991-2011. Penelitian ini menambahkan *firm size* sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 261 perusahaan. Hasil penelitian menemukan bahwa *firm size* tidak memoderasi pengaruh positif CSR pada kinerja perusahaan.

Chen dan Wang (2011) melakukan penelitian mengenai CSR dan kinerja keuangan perusahaan berdasarkan bukti empiris perusahaan di China periode 2007 dan 2008. Kinerja keuangan perusahaan diproksikan menggunakan *Return on Sales* (ROS), *Return on Asset* (ROA, dan *Growth Rate in Sales* (GRS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan, baik untuk tahun berjalan maupun tahun berikutnya.

Penelitian juga dilakukan oleh Candrayanthi dan Saputra (2013) mengenai pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan tambang di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2011. Kinerja keuangan diproksikan menggunakan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). *Purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini dengan jumlah sampel

sebanyak 34 perusahaan dari total populasi 42 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap ROA dan ROE, sedangkan CSR berpengaruh negatif terhadap NPM. Hal ini berarti pengungkapan CSR menyebabkan kinerja keuangan yang diukur menggunakan NPM akan mengalami penurunan.

Kamatra dan Kartikaningdyah (2015) melakukan penelitian mengenai dampak CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012. *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Profir Margin* (NPM), dan *Earning per Share* (EPS) digunakan untuk mengukur kinerja keuangan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 24 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap ROA dan NPM, sedangkan CSR tidak berpengaruh terhadap ROE dan EPS pada perusahaan pertambangan.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Hanifa dan Cahaya (2016) tentang pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode 2012. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 perusahaan yang dipilih secara acak dari total populasi 459 perusahaan. Pengungkapan CSR menggunakan indeks *chek list* pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), sedangkan kinerja keuangan diproksikan menggunakan tipe industri, ukuran perusahaan, operasi internasional, kinerja ekonomi, dan usia perusahaan. Hasil penelitian menemukan bahwa masih banyak perusahaan di Indonesia yang masih belum mengungkapkan informasi mengenai

kebijakan publik, sumbangan untuk partai politik, dan tindakan yang diambil dalam menanggapi kasus korupsi.

2.7 Perumusan Hipotesis

Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang tidak hanya berfokus pada laba tetapi juga berfokus pada kepentingan *stakeholder*. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kewajiban kepada *stakeholder*, yaitu dengan melakukan kegiatan CSR. Pelaksanaan kegiatan CSR akan meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan di mata masyarakat dan akan tercipta iklim bisnis yang kondusif baik bagi perusahaan maupun *stakeholder*. Ketika kepercayaan masyarakat meningkat terhadap perusahaan, maka akan berdampak pada penjualan produk dan secara tidak langsung akan meningkatkan profitabilitas perusahaan yang diukur menggunakan ROA. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Candrayanthi dan Saputra (2013) mengungkapkan bahwa CSR mampu mempengaruhi ROA. Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

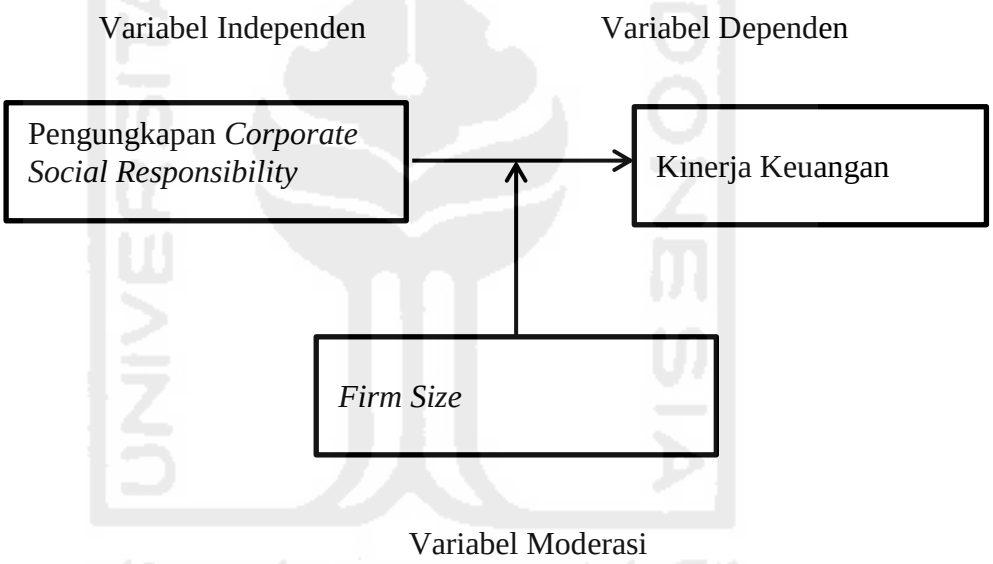
H1: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

Perusahaan yang lebih besar akan lebih maju dan lebih efisien dalam melaksanakan kegiatan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Media massa cenderung lebih tertarik untuk melaporkan kegiatan CSR perusahaan yang lebih besar. Hal ini akan menjadi bahan evaluasi bagi para *stakeholder* terhadap perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: *Firm size* positif memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka dapat digambarkan kerangka pemkiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran