

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk mempertimbangkan akibat dari operasionalnya terhadap para *stakeholder*, perusahaan tidak boleh hanya berfokus pada meningkatkan keuntungan saja (Rankin *et al.*, 2018). *Stakeholder* dalam hal ini adalah semua pihak individu atau kelompok yang dipengaruhi ataupun mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan, antara lain pemegang saham, manajer, karyawan, konsumen, masyarakat, pemasok, dan pemerintah (Donaldson & Preston dalam Rankin *et al.*, 2018).

Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dan harapan *stakeholder* adalah dengan menyediakan informasi tentang kinerja dan aktivitas perusahaan. Penyediaan informasi ini penting untuk mendapat dukungan dan persetujuan para *stakeholder* (Rankin *et al.*, 2018). Pengungkapan CSR adalah salah satu informasi yang dapat disediakan perusahaan. CSR adalah bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas dampak yang diakibatkan oleh kegiatan bisnisnya, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Pelaksanaan dan pengungkapan CSR diharapkan mampu membantu perusahaan membangun hubungan yang harmonis dengan para *stakeholdernya*.

2.2. Teori Legitimasi

Menurut Rankin *et al.*, (2018), teori legitimasi digunakan untuk memahami aktivitas perusahaan, khususnya terkait dengan masalah sosial dan lingkungan.

Perusahaan bisa melanjutkan usahanya dan tetap bertahan jika masyarakat dimana perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya menilai perusahaan beroperasi sesuai dengan hukum dan nilai-nilai dalam masyarakat. Ini berarti perusahaan harus mempertimbangkan hak-hak publik secara luas, bukan hanya pemegang saham saja (Owen & Adams dalam Rankin *et al.*, 2018).

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat adalah dengan melakukan kegiatan sosial dan mematuhi hukum yang berlaku. Jika operasi perusahaan tidak sesuai dengan harapan masyarakat, maka akan muncul beberapa masalah seperti penurunan pendapatan atau laba karena masyarakat tidak mau membeli produk perusahaan dan munculnya biaya sosial yang tinggi (Sudaryanti & Riana, 2017).

2.3. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

International Organization for Standardization (ISO) mengartikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan atas dampak kegiatan dan keputusannya terhadap masyarakat dan lingkungan (Mahendra, 2016).

Pelaksanaan CSR di Indonesia diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sejak diterapkannya undang-undang tersebut, pelaksanaan CSR bukan lagi bersifat sukarela melainkan

menjadi kewajiban bagi perusahaan di Indonesia, khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Penting bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi sosial dan lingkungan kepada para *stakeholder* karena dengan diungkapkannya CSR maka *stakeholder* dapat mengetahui apa saja aktivitas sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Manfaat yang didapatkan oleh perusahaan dari CSR antara lain mengurangi risiko bisnis, menjaga hubungan dengan *stakeholder*, meningkatkan reputasi dan *brand image* perusahaan, serta berpeluang memenangkan penghargaan (Sakti & Pudjolaksono, 2017).

2.4. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah gambaran kondisi keuangan perusahaan pada periode tertentu. Kinerja keuangan dapat dijadikan tolak ukur kesuksesan perusahaan dari sisi finansial yang bisa digunakan oleh para *stakeholder* sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Yadnyana & Damanik, 2017).

2.5. *Environmental Uncertainty*

Environmental uncertainty atau ketidakpastian lingkungan adalah suatu kondisi ketika individu atau perusahaan kesulitan atau tidak mampu untuk memprediksi lingkungan perusahaan secara tepat (Milliken, 1987). Goll & Rasheed (2004) menyatakan *environmental uncertainty* sebagai perubahan tidak terduga yang terjadi pada lingkungan organisasi. Berdasarkan pengertian diatas,

environmental uncertainty adalah perubahan lingkungan perusahaan yang tidak terduga dan sulit diprediksi oleh perusahaan.

Environmental uncertainty bagi perusahaan dapat berasal dari konsumen, pemasok, kompetitor, regulator, dan teknologi (Bourgeois dalam Kren & Kerr, 1993). *Environmental uncertainty* yang meningkat menyiratkan kesulitan yang lebih besar dalam memprediksi peristiwa masa depan (Gordon & Narayanan, 1984).

Milliken (1987) membagi EU menjadi tiga tipe yaitu:

1. *State uncertainty* atau ketidakpastian keadaan. *State uncertainty* terjadi ketika individu atau perusahaan merasa lingkungan perusahaan atau komponen tertentu dari lingkungan tersebut tidak bisa diprediksi.
2. *Effect uncertainty* atau ketidakpastian pengaruh. *Effect uncertainty* berkaitan dengan kesulitan untuk memprediksi apa pengaruh dari keadaan atau perubahan lingkungan di masa depan pada perusahaan.
3. *Response uncertainty* atau ketidakpastian respon. *Response uncertainty* terjadi ketika perusahaan kesulitan memprediksi konsekuensi dari keputusan yang diambil perusahaan. Ketidakpastian ini menonjol ketika perusahaan dituntut untuk bertindak dengan cepat.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Fatah & Haryanto (2016) yang meneliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2015. Penelitian ini memberikan hasil kinerja keuangan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pelaporan CSR.

Penelitian oleh Pulungan & Krisnawati (2021) yang meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan. Objek penelitian adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019. Penelitian ini memberikan hasil CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Penelitian oleh Ahyani & Puspitasai (2019) yang meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan. Objek penelitian adalah perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2017. Penelitian ini memberikan hasil CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Penelitian oleh Wulandari (2020) yang meneliti pengaruh CSR *disclosure* terhadap profitabilitas perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan subsektor perkebunan di BEI pada tahun 2016-2018. Penelitian ini memberikan hasil CSR *disclosure* berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Penelitian oleh Goll & Rasheed (2004) yang meneliti efek moderasi dari *environmental munificence and dynamism* terhadap hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur di Amerika Serikat periode 1985-1986. Penelitian ini memberikan hasil *environmental*

munificence and dynamism berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan.

Penelitian oleh Muriithi *et al.*, (2020) yang meneliti CSR, *economic policy uncertainty* (EPU), dan kinerja keuangan perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan di Amerika Serikat yang muncul secara konsisten pada *Kinder, Lydenberg, and Dominic (KLD) database* periode 2001-2010. Penelitian ini memberikan hasil EPU tidak berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan kinerja keuangan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel Penelitian	Objek	Hasil Penelitian
1.	Fatah & Haryanto (2016)	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Kinerja keuangan	Perusahaan manufaktur sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015	Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

2.	Pulungan & Krisnawati (2021)	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Kinerja Keuangan	Perusahaan subsektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019	CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.
3.	Ahyani & Puspitasai (2019)	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Kinerja keuangan	Perusahaan properti dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2017	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.
4.	Wulandari (2020)	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Kinerja keuangan	Perusahaan subsektor perkebunan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2018	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

5.	Goll & Rasheed (2004)	<p>Variabel Independen:</p> <p><i>Discretionary Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Dependen:</p> <p>Kinerja perusahaan.</p> <p>Variabel Kontrol: Ukuran perusahaan (<i>Size</i>)</p>	Perusahaan manufaktur di Amerika Serikat pada tahun 1985-1986	<p><i>Environmental munificence and dynamism</i></p> <p>mempengaruhi hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan.</p>
6.	Muriithi et al., (2020)	<p>Variabel Independen:</p> <p>CSR</p> <p>Variabel Dependen:</p> <p>Kinerja keuangan</p> <p>Variabel Moderasi:</p> <p><i>Economic Policy Uncertainty (EPU)</i></p>	Perusahaan di Amerika Serikat yang muncul secara konsisten di KLD database	<p>- CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.</p> <p>- EPU tidak mempengaruhi hubungan antara CSR dan</p>

		<p>Variabel</p> <p>Kontrol:</p> <p><i>Firm size, debt ratio, year effects (trends), advertising intensity, industry, prior performance, dan organizational slack.</i></p>	<p>kinerja keuangan.</p>
--	--	---	--------------------------

2.7. Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Kinerja Keuangan

Keberadaannya di tengah-tengah masyarakat membuat perusahaan diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi lingkungan sosial tempatnya berada, kontribusi positif tersebut dapat dilakukan dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Penerapan dan pengungkapan CSR adalah bentuk pertanggung jawaban perusahaan atas dampak yang diakibatkan oleh kegiatan bisnisnya baik di dalam maupun di luar perusahaan. Hubungan yang harmonis antara perusahaan dan *stakeholder* akan memberikan manfaat bagi perusahaan, salah satunya adalah reputasi yang baik. Jika reputasi perusahaan di mata *stakeholder*, salah satunya

masyarakat, dianggap baik maka masyarakat akan memilih menggunakan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan yang akan mempengaruhi kinerja keuangan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan bisa tetap bertahan dalam menjalankan bisnisnya apabila masyarakat dimana perusahaan berada menilai perusahaan beroperasi sesuai dengan hukum dan nilai-nilai dalam masyarakat (Owen & Adams dalam Rankin *et al.*, 2018).

Sesuai dengan teori legitimasi dan didukung oleh penelitian yang dilakukan Ahyani & Puspitasai (2019) dan Wulandari (2020) yang mendapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, maka hipotesis yang disusun yaitu:

Ha₁: CSR disclosure berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.7.2. Pengaruh *Environmental Uncertainty* sebagai Variabel Moderasi terhadap Hubungan CSR Disclosure dan Kinerja Keuangan.

Environmental uncertainty (EU) adalah perubahan lingkungan perusahaan yang tidak terduga dan sulit diprediksi oleh perusahaan. Ketika EU meningkat, CSR dapat digunakan perusahaan sebagai nilai tambah atau pembeda dari perusahaan lain sehingga dapat menghasilkan reputasi perusahaan yang lebih baik yang akan meyakinkan *stakeholder* dan membantu perusahaan mengatasi kondisi yang merugikan di pasar (Sun & Price, 2016).

Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Goll & Rasheed (2004) yang menyatakan bahwa dalam lingkungan yang dinamis dan cepat berubah, CSR dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena membantu perusahaan mendapatkan dukungan dari *stakeholder*. Perusahaan lebih mencari legitimasi sosial karena legitimasi tersebut memberi perusahaan perlindungan dari ketidakpastian yang mereka hadapi. Oleh karena itu, hipotesis yang disusun yaitu:

Ha2: *Environmental uncertainty* sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap hubungan CSR *disclosure* dan kinerja keuangan perusahaan.

