

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori *Stakeholder*

Menurut Rankin *et al.* (2018), *stakeholder* adalah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi/dipengaruhi oleh tujuan organisasi. *Stakeholder* dapat terdiri dari pemerintah, investor, kelompok politik, pelanggan, komunitas, karyawan, asosiasi dagang, serta pemasok. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa organisasi mempunyai kewajiban untuk memperhatikan segala kegiatan operasinya yang dapat mempengaruhi *stakeholder* dan tidak hanya mementingkan laba untuk kepentingan pemilik saja. Melalui teori *stakeholder*, perusahaan berusaha untuk melayani kepentingan *stakeholder* dengan menciptakan nilai waktu ke waktu.

Dalam memenuhi kebutuhan *stakeholder*, perusahaan perlu menjaga relasi terhadap *stakeholder* yang mempunyai kekuatan atas tersedianya sumber daya yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Untuk menjaga relasi antara perusahaan dan *stakeholder* maka pelaksanaan dan pengungkapan CSR perlu secara rutin dilakukan.

Pelaksanaan CSR dapat meningkatkan transparansi informasi dan meningkatkan reputasi serta tanggung jawab perusahaan. Perusahaan yang bertanggung jawab maka akan berusaha untuk memenuhi komitmennya untuk membayar *supplier*. Sehingga CSR penting sebagai jaminan *supplier* terhadap perusahaan untuk memenuhi kewajibannya membayar kredit.

2.2 Teori Sinyal

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya melalui pelaporan keuangan (Rankin *et al.*, 2018). Untuk memaksimalkan nilai mereka, perusahaan memberikan insentif yaitu dengan mengungkapkan semua informasi yang tersedia. Jika perusahaan tidak melakukan pengungkapan maka perusahaan tersebut akan dianggap mempunyai kualitas yang lebih buruk dibandingkan dengan perusahaan yang mengungkapkan, sehingga hal ini akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan.

Perusahaan yang mengungkapkan informasi-informasi yang dimiliki diyakini dapat mengurangi asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak eksternal (Bergh *et al.*, 2014). Hal ini dikarenakan pihak manajemen perusahaan memberikan sinyal kepada pihak luar melalui laporan yang berisi informasi keuangan perusahaan yang sesuai dengan standar dan dapat dipercaya. Laporan tersebut digunakan pihak luar perusahaan untuk mengidentifikasi prospek masa depan perusahaan.

Dalam penelitian ini, teori ini berhubungan dengan pengungkapan informasi CSR dalam laporan keuangan atau laporan keberlanjutan oleh manajemen perusahaan kepada pihak eksternal perusahaan yaitu *supplier*. Informasi CSR yang terdapat dalam laporan membantu *supplier* dalam menentukan pemberian *trade credit* ke perusahaan. Sehingga dengan melaksanakan CSR dapat memberikan sinyal positif kepada *supplier* untuk memberikan *trade credit*.

2.3 *Corporate Social Responsibility (CSR) Intensity*

Menurut Ali *et al.* (2020) , CSR diartikan sebagai tanggung jawab pemilik perusahaan untuk membuat keputusan strategis dan mengikuti kegiatan yang bernilai untuk masyarakat. Sementara itu, CSR *Intensity* diartikan sejauh mana perusahaan menggunakan laba tahun berjalan dalam kegiatan CSR di tahun berikutnya (Bashir, 2022). Manfaat dari pelaksanaan CSR salah satunya dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat, sehingga produk perusahaan dapat lebih diterima oleh masyarakat dan penjualan serta laba perusahaan juga akan meningkat.

Laporan CSR digunakan oleh *stakeholder* untuk mengevaluasi pemenuhan kegiatan CSR pada perusahaan. Melalui pelaporan CSR, maka *stakeholder* dapat mengetahui kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. CSR dapat menjadi strategi manajemen untuk melindungi perusahaan dari kondisi buruk yang datang secara tiba-tiba seperti masalah politik, ekonomi, serta sanksi hukuman dan sosial (Nguyen & Nguyen, 2021).

2.4 *Trade Credit*

Trade credit diartikan sebagai pembayaran tertunda dari pembeli kepada *supplier* yang merupakan sumber terpenting dalam pendanaan jangka pendek (Xu *et al.*, 2019). Penggunaan *trade credit* dapat membantu perusahaan untuk mengoperasikan bisnisnya dan meningkatkan perkembangan bisnis.

Pemberian *trade credit* oleh *supplier* berbeda dengan jenis kredit lainnya seperti pinjaman bank. Dalam pinjaman bank, perlu ada jaminan fisik, bisa berupa kas, bangunan, peralatan, ataupun persediaan. Sementara itu, *trade credit* tidak

membutuhkan jaminan fisik dan jaminan dari pihak ketiga/lembaga keuangan (Dong & Liu, 2022). Oleh karena itu, sumber pendanaan terpenting dan paling murah bagi perusahaan adalah *trade credit*.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Dong & Liu (2022), yaitu pengaruh pengungkapan CSR terhadap *trade credit* saat terjadinya *monetary contraction*. Objek pada penelitian yaitu perusahaan di Amerika Serikat yang terdaftar dalam *Compustat* periode 1995-2014. Hasil dari penelitian ini yaitu CSR berpengaruh positif terhadap *trade credit* dan *monetary contraction* sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap hubungan CSR dan *trade credit*.

Penelitian yang dilakukan oleh Xu *et al.* (2019), yang meneliti pengaruh CSR terhadap *trade credit*. Objek pada penelitian yaitu perusahaan yang terdapat dalam *Compustat* periode 1996-2016. Hasil dari penelitian ini yaitu CSR berpengaruh positif terhadap *trade credit*. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Saeed & Zureigat (2020), yang meneliti pengaruh CSR terhadap *trade credit* saat terjadinya *financial crisis*. Objek pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur Amerika Serikat yang ada pada *Datastream*, *Worldscope*, dan MSCI ESG periode 2005-2012. Hasil dari penelitian ini adalah CSR berpengaruh positif terhadap *trade credit*. Variabel moderasi *financial crisis* juga berpengaruh positif terhadap hubungan antara CSR dan *trade credit*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ma *et al.* (2022), yang meneliti pengaruh CSR terhadap *trade credit* pada perusahaan yang terdaftar dalam *China Stock Market & Accounting Research (CSMAR)* periode 2007-2019 mendapatkan hasil

penelitian bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *trade credit*. Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Nguyen & Nguyen (2021), yang meneliti pengaruh CSR terhadap *trade credit* pada perusahaan yang ada di China periode 2008-2015. Hasil dari penelitian ini adalah CSR berpengaruh negatif terhadap *trade credit*.

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil Penelitian
1.	Dong & Liu (2022)	Variabel Dependen: <i>Trade Credit</i> Variabel Independen: <i>CSR Disclosure</i>	Perusahaan yang terdaftar dalam <i>Compustat</i> Amerika Serikat periode 1995-2014	CSR berpengaruh positif terhadap <i>trade credit</i>
2.	Xu <i>et al.</i> (2019)	Variabel Dependen: <i>Trade Credit</i> Variabel Independen: CSR	Perusahaan yang terdaftar dalam <i>Compustat</i> periode 1996-2016	CSR berpengaruh positif terhadap <i>trade credit</i> .
3.	Saeed & Zureigat (2020)	Variabel Dependen: <i>Trade Credit</i> Variabel Independen: CSR	Perusahaan manufaktur Amerika Serikat periode 2005-2012	CSR berpengaruh positif terhadap <i>trade credit</i> .
4.	Ma <i>et al.</i> (2022)	Variabel Dependen: <i>Trade Credit</i> Variabel Independen: CSR	Perusahaan yang terdaftar dalam <i>China Stock Market & Accounting Research</i> (CSMAR) periode 2007-2019	CSR berpengaruh positif terhadap <i>trade credit</i> .

5.	Nguyen & Nguyen (2021)	Variabel Dependen: <i>Trade Credit</i> Variabel Independen: CSR	Perusahaan di China periode 2008-2015	CSR berpengaruh negatif terhadap <i>trade credit</i>
----	------------------------	--	---	--

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.6 Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh *CSR Intensity* terhadap *Trade Credit*

Dampak dari kegiatan operasional perusahaan tentu saja merugikan masyarakat di sekitar perusahaan. Pemerintah Indonesia melalui peraturan perundang-undangan menetapkan kewajiban tanggung jawab bagi tiap perusahaan untuk melaksanakan program CSR. Salah satu manfaat CSR adalah dapat menjadi jaminan bagi *supplier* untuk memberikan *trade credit*.

Supplier menggunakan biaya CSR yang dikeluarkan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk mengembalikan utang dalam jumlah dan waktu tertentu. Semakin tinggi biaya CSR maka semakin banyak *trade credit* yang akan diberikan (Xu *et al.*, 2019). Hal ini dikarenakan perusahaan dengan CSR tinggi menunjukkan perusahaan memiliki kondisi keuangan yang baik sehingga dapat melakukan pengungkapan CSR. Selain itu, dengan CSR yang tinggi maka akan meningkatkan reputasi perusahaan. Saat perusahaan dinilai baik oleh masyarakat, maka produk-produk dari perusahaan akan sangat mudah diterima masyarakat. Hal ini dapat membuat penjualan dan laba operasi meningkat, sehingga kesanggupan untuk membayar utang kepada *supplier* juga tinggi. Oleh

karena itu *supplier* memberikan lebih banyak *trade credit* pada perusahaan yang lebih banyak melakukan CSR.

Hasil penelitian Dong & Liu (2022) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *trade credit*. Penelitian yang dilakukan oleh Xu *et al.* (2019) juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *trade credit*. Hal ini menandakan bahwa semakin banyak biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk CSR maka semakin besar pula *trade credit* yang diberikan *supplier*. Atas dasar teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan yaitu:

Ha : CSR *Intensity* berpengaruh positif terhadap *Trade Credit*

