

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Stakeholders Theory

Istilah stakeholder dalam definisi klasik (yang paling sering dikutip) adalah definisi Freeman dan Reed (1983: 91) yang menyatakan bahwa stakeholder adalah “*any identifiable group or individual who can affect the achievement of an organisation’s objectives, or is affected by the achievement of an organisation’s objectives*”. Teori stakeholder dalam Hadi (2011) mengatakan bahwa perusahaan bukan lah suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan.

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat terlepas dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan (Ardianto dan Machfudz, 2011: 75-76).

2.2. Legitimacy theory

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. *Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat

(Deegan et al., 2002). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011).

Perusahaan biasanya berusaha untuk melegitimasi dan mempertahankan hubungan dalam lingkungan sosial dan politik yang lebih luas di mana mereka beroperasi, tanpa legitimasi tersebut, mereka tidak akan bertahan, terlepas dari seberapa baik kinerja finansial mereka (Gray et al., 1995) dalam Lanis dan Richardson (2012). Hal tersebut menjelaskan bahwa perusahaan harus menjaga hubungannya dengan lingkungan dan masyarakat sekitar karena keberlangsungan hidup perusahaan bergantung pada hubungan tersebut.

Maka dari itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan praktik tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat secara sosial. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan harus melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat.

2.3. Kinerja Keuangan

Kinerja adalah gambaran mengenai kemampuan atau tingkat pencapaian perusahaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang telah tertuang dalam strategic planning perusahaan (Wahyuningsih & Widowati, 2016). Kinerja perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, yang paling mendasar dapat dilihat dari aspek keuangan dan

juga aspek non-keuangan. Laporan keuangan merupakan aspek keuangan. Sedangkan kepuasan pelanggan, pekerja dan perkembangan aktivitas bisnis perusahaan adalah aspek non keuangan (Yulianingtyas, 2016).

Kinerja keuangan merupakan indikator dalam mengevaluasi dan mengukur kondisi keuangan perusahaan melalui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Pang et al., 2020). Kinerja keuangan perusahaan yang stabil merupakan daya tarik bagi investor untuk menginvestasikan modal pada perusahaan, sehingga menjaga kestabilan kinerja keuangan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai perusahaan. Kinerja keuangan dapat ditunjukkan melalui laporan keuangan. Informasi yang diungkapkan perusahaan pada laporan keuangan merupakan perwujudan tanggung jawab manajemen kepada pemilik perusahaan dan sebagai indikator keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan, serta sebagai bahan dalam pertimbangan pengambilan keputusan bagi para pemangku kepentingan.

Berdasarkan dari pemahaman beberapa pakar di atas, kita dapat mencapai kesimpulan bahwa penyajian keuangan adalah pencapaian perusahaan dalam periode yang menggambarkan kondisi kesejahteraan keuangan perusahaan dengan menggunakan tanda kecukupan modal, likuiditas, dan keuntungan. Dengan kinerja keuangan, perusahaan dapat lebih efektif mengetahui kondisi keuangan perusahaan pada setiap periode tertentu, baik dalam hal peningkatan aset atau pengeluaran cadangan.

Kinerja keuangan dapat dinilai dengan menggunakan beberapa perangkat berwawasan. Dilihat dari caranya, penyidikan keuangan dapat dibagi

menjadi 8 (delapan) jenis, sebagaimana dikemukakan oleh Jumingan (2018:242), yaitu:

1. Analisis perbandingan Laporan Keuangan, merupakan teknik analisis dengan cara membandingkan laporan keuangan dua periode atau lebih dengan menunjukkan perubahan, baik dalam jumlah (absolute) maupun dalam persentase (relatif).
2. Analisis Tren (tendensi posisi), merupakan teknik analisis untuk mengetahui tendensi keadaan keuangan apakah menunjukkan kenaikan atau penurunan. Hal yang membedakan antara kedua teknik ini adalah tahun atau periode pembandingan.
3. Analisis Persentase per Komponen, teknik analisis untuk mengetahui persentase investasi pada masing-masing aktiva terhadap total aktiva seluruhnya.
4. Analisis Sumber dan Penggunaan Modal Kerja, merupakan teknik analisis untuk mengetahui besarnya sumber dan penggunaan modal kerja melalui dua periode waktu yang dibandingkan.
5. Analisis Sumber dan Penggunaan Kas, merupakan teknik analisis untuk mengetahui kondisi kas disertai sebab terjadinya perubahan kas pada suatu periode tertentu.
6. Analisis Rasio Keuangan, merupakan teknik analisis keuangan untuk mengetahui hubungan di antara pos tertentu dalam neraca maupun laporan laba rugi baik secara individu maupun secara simultan.

7. Analisis Perubahan Laba Kotor, merupakan teknik analisis untuk mengetahui posisi laba dan sebab-sebab terjadinya perubahan laba. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui posisi laba yang dibudjetkan dengan laba yang benar-bener dapat dihasilkan.
8. Analisis *Break Even*, merupakan teknik analisis untuk mengetahui tingkat penjualan yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian, tetapi pada tingkat penjualan tersebut perusahaan belum memperoleh keuntungan.

2.4. Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah singkatan dari *Corporate Social Responsibility*, *corporate* berarti perusahaan yang bersifat badan hukum, *social* artinya sosial kemasyarakatan dan *responsibility* diartikan sebagai tanggung jawab. Jadi CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/ lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada (Carroll, 2017).

Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk membangun hubungan harmonis dengan masyarakat setempat yang berdomisili di daerah tersebut. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai moral suatu perusahaan terhadap para strategic stakeholdersnya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memandang perusahaan sebagai agen moral, sehingga parameter keberhasilan suatu perusahaan terikat dengan prinsip moral dan etis

tanpa merugikan kelompok masyarakat. Perusahaan dalam bekerja harus mengedepankan prinsip moral dan etis dengan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat (Kartini, 2013).

Terdapat beberapa definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dikemukakan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Secara umum tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban untuk mengambil tindakan yang melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan serta kepentingan organisasi.

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban organisasi untuk melayani kepentingan sendiri maupun kepentingan stakeholder. Meskipun memiliki definisi yang berbeda, namun secara esensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wujud kepedulian dari perusahaan kepada komunitas (Marthin dkk, 2018).

Berdasarkan dari berbagai definisi di atas yang dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah bentuk

tanggung jawab sosial pada suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat, dimana perusahaan tersebut menjalankan kegiatan usahanya. Tanggung jawab tersebut dilakukan oleh perusahaan selama jangka panjang dan dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka akan meningkatkan pula kesejahteraan masyarakat. Di sisi lain *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga akan berdampak positif bagi perusahaan untuk bertahan dalam menjalankan dan meningkatkan profitabilitas. Jika suatu saat perusahaan mengalami permasalahan maka masyarakat akan menjadi benteng utama perusahaan tersebut.

2.5. Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*)

Rasio aktivitas (*Activity Ratio*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Atau dapat pula dikatakan rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi (efektivitas) pemanfaatan sumber daya perusahaan (Kasmir, 2014:172). Menurut Fahmi (2013:132), rasio aktivitas merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimilikinya guna menunjang aktivitas perusahaan, di mana penggunaan aktivitas ini dilakukan secara sangat maksimal dengan maksud memperoleh hasil yang maksimal. Sedangkan menurut Hanafi (2009:76), rasio aktivitas adalah rasio yang melihat pada beberapa asset kemudian menentukan beberapa tingkat aktivitas aktiva-aktiva tersebut pada tingkat kegiatan tertentu. Aktivitas yang rendah pada tingkat penjualan tertentu akan mengakibatkan semakin

besarnya dana kelebihan yang tertanam pada aktiva-aktiva tersebut. Dalam penelitian ini, Rasio aktivitas menggunakan *Total Asset Turn Over*.

2.6. Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan

Teori stakeholder menyebutkan bahwa selain pemegang saham, ada beberapa kelompok lain yang juga dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan seperti masyarakat lokal, karyawan, dan lingkungan. Kelompok -kelompok ini harus dipertimbangkan secara setaradalam pengambilan keputusan manajemen bersama dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*). *Teori stakeholder* pada dasarnya bergantung pada asumsi bahwa perusahaan perlu mengelola hubungannya dengan pemangku kepentingannya untuk bertahan hidup (Buallayetal.,2020). Penggunaan teori ini penting karena berkaitan dengan berbagai pihak yang terkena dampak atau dipengaruhi aktivitas perusahaan, seperti pertanggungjawaban manajemen dalam bentuk penerapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan kepada pemangku kepentingan (Mahrani&Soewarno,2018).

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat menarik simpati dan dukungan dari *stakeholder*. Oleh sebab itu, pentingnya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilaksanakan agar pemilik perusahaan manufaktur dan masyarakat sekitar saling ber-simbiosis mutualisme. Akan tetapi, perusahaan yang melaksanakan program *Corporate Social Responsibility*

(CSR) harus menyediakan sumber keuangan memadai yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

Penelitian yang diteliti oleh Sari et al (2016) menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengungkapan CSR terhadap profitabilitas perusahaan yaitu *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Kemudian ada juga penelitian dari Purnaningsih (2018) yang menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE), *Return on Asset* (ROA), dan berpengaruh negatif terhadap *Return on Sales* (ROS).

Dengan demikian hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_1 = \text{Corporate Social Responsibility (CSR)}$ berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan perusahaan manufaktur.

2.6.2 Pengaruh Rasio Aktivitas Terhadap Kinerja Keuangan

Teori *stakeholder* pada dasarnya bergantung pada asumsi bahwa perusahaan perlu mengelola hubungannya dengan pemangku kepentingannya untuk bertahan hidup (Buallayetal.,2020). Penggunaan teori ini penting karena berkaitan dengan berbagai pihak yang terkena dampak atau dipengaruhi aktivitas perusahaan, seperti pertanggungjawaban manajemen dalam bentuk penerapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan kepada pemangku kepentingan (Mahrani&Soewarno,2018).

Dengan demikian, Rasio aktivitas penting dalam analisis keuangan yang mengukur efisiensi operasional suatu perusahaan, khususnya dalam penggunaan aset untuk menghasilkan pendapatan. Rasio ini mencakup

berbagai metrik yang menilai seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aset, persediaan, piutang, dan sumber daya lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Mawarsih et al (2020) mengungkapkan bahwa rasio aktivitas yang diproksikan dengan *Total Asset Turn Over* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return of Assets*. Ada pula penelitian yang dilakukan oleh Altahtamouni et al (2018) juga menyatakan bahwa total assets turn over juga berpengaruh terhadap *Return of Assets*. Dengan demikian hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_2 = Rasio Aktivitas berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan perusahaan manufaktur.