

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Bagiannya ini akan menjelaskan mengenai teori berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility* serta kinerja keuangan yang menjadi dasar untuk pengembangan hipotesis penelitian.

2.1.1 Teori Legitimasi

Salah satu teori mengenai kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat adalah teori legitimasi. Menurut teori ini,emiten harus mengungkapkannya CSR jika ingin diakui oleh masyarakat dan memastikan kelangsungan hidupnya (Reverte, 2009). Teori legitimasi, emiten seharusnya ada keterlibatan serta mempublikasikan sebanyak mungkin operasi CSR mereka agar mendapatkan penerimaan dari masyarakat. Pernyataan ini berfungsi untuk mengesahkan operasi emiten di persepsi masyarakatnya, ini memperlihatkan tingkatan kepatuhan emiten (Branco dan Rodrigues, 2008).

Pertimbangan strategis bagi perusahaan yang berencana untuk berkembang di masa depan adalah kredibilitas publik. Dalam konteks upaya untuk membangun posisi di lingkungan sosial yang semakin kompleks, hal ini dapat menjadi sarana untuk merumuskan strategi perusahaan. Kondisi psikologis loyalitas, legitimasi ditunjukkan oleh individu dan kelompok sangat peka pada tanda-tanda fisik dan non-fisik di

lingkungan sekitarnya. Salah satu cara untuk memandang legitimasi organisasional adalah sebagai sesuatu yang diberikan oleh masyarakat pada emiten serta sesuatu yang diinginkan atau dicari oleh emiten dalam masyarakat, menurut O'Donovan (2002). Oleh karena itu, legitimasi yakni keunggulan atau sumber daya yang bisa dipakai bisnis untuk bertahan dalam bisnis.

Patric Medley (1996) Menjelaskan bagaimana pemangku kepentingan internal dan eksternal saling terkait dan mempunyai hubungannya langsung ataupun tidak langsung satu sama lain di dalam organisasi, sehingga menerangi inti dari teori legitimasi. Hubungan-hubungan ini dapat menghasilkan dukungan yang sejati atau tekanan yang tidak sah terhadap bisnis. Ketika ekspektasi dan kenyataan tidak sejalan, terdapat kesenjangan legitimasi yang memberikan tekanan pada bisnis. Adapun hal lain dari sektor kontraktor ialah sektor yang akan dituntut untuk pembangunan nasional berupa bangunan, dan jembatan.

Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda. Legitimasi dapat memberikan mekanisme yang kuat untuk memahami pengungkapan sukarela untuk lingkungan dan sosial yang dilakukan oleh

perusahaan, dan pemahaman ini yang nantinya akan mengarah ke debat public yang kritis, lebih jauh lagi teori legitimasi menunjukan kepada peneliti dan masyarakat luas jalan untuk lebih peka terhadap isi pengungkapan perusahaan.

Praktek Corporate Social Responsibility yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dengan adanya pengungkapan Corporate Social Responsibility yang baik, maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk pencapaian keuntungan perusahaan.

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Berkaitan dengan CSR, WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) dalam Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana (2011) yakni “*the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work life of workforce and their families as well as of the local community and social large*”, Dengan demikian, CSR didefinisikan komitmennya jangka panjang emiten dalam melaksanakan tindakan secara etis dan mendukung pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan kondisi kerja karyawan, komunitas mereka, dan masyarakat secara keseluruhan.

Mengacu pada Bank dunia dalam Busyara Azheri (2012) pengertiannya CSR yakni “*CSR is the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at*

large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”, Ini memperlihatkan CSR yakni komitmennya suatu emiten guna meningkatkannya kualitas hidup melalui praktik bisnisnya baik dan pengembangan dengan berkolaborasi dengan perwakilan dan karyawannya, komunitas lokal, serta masyarakat luas guna mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Pendapat Boone dan Kurtz dalam Nana Herdiana Abdurrahman (2015) menyampaikan definisinya terkait CSR manajemen yang mencakup kewajibannya dalam mempertimbangkannya keuntungan, kepuasannya pelanggan, serta kesejahteraannya sosial saat mengevaluasi kinerja bisnis. Melihat pemaparannya, bisa dibuat simpulannya CSR yakni keputusan serta tindakan bisnis yang diambil oleh manajemen yang memberikan perhatian yang sama kepada pemangku kepentingan, terutama pekerja, masyarakat, klien, dan lingkungan, terkait dampak operasional organisasi, dengan tujuan untuk menjaga kelangsungan perusahaan dan membangun reputasi yang positif.

Tujuannya CSR yakni pembangunan berkelanjutan, yang didasarkan pada tiga pilar yang saling terkait dan saling menguntungkan. Ketiga pilar tersebut adalah lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Seperti yang dinyatakan dalam Dokumen Hasil KTT Dunia PBB tahun 2005, implementasinya menempatkan fokus yang kuat pada pemenuhan kebutuhan saat ini sambil memastikan bahwa generasi mendatang memiliki kesempatan yang sama untuk memenuhi kebutuhannya sendiri (Solihin 2009, dalam Busyara Azheri, 2012).

Terdapat beragam manfaatnya dari melaksanakan CSR bagi emiten (Rusdianto, 2013), yakni :

1. Pembangunan dan pemeliharaan reputasi
2. Meningkatkan citra perusahaan
3. Mengurangnya risiko bisnis
4. Memperluas cakupan komersial organisasi
5. Mempertahankan reputasi perusahaan
6. Mempertahankan tenaga kerja berkualitas tinggi
7. Aksesibilitas pendanaan
8. Meningkatkan penilaian terhadap isu-isu penting

Pemerintah memperoleh manfaat dari penerapan CSR. Melalui CSR, pemerintah dan perusahaan akan membangun hubungan untuk mengatasi masalah-masalah sosial, termasuk kemiskinan, pendidikan yang buruk, akses terbatas terhadap layanan kesehatan, dan sebagainya. CSR memiliki dampak positif yang signifikan bagi pemerintah dalam hal-hal berikut:

1. Bantuan keuangan, sebagian besar disebabkan oleh pembatasan dana pemerintah untuk proyek-proyek yang terkait dengan pengentasan kemiskinan.
2. Bantuan infrastruktur yang sudah ada dan diciptakan melalui inisiatif CSR mencakup bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan/pelatihan, tempat ibadah, fasilitas olahraga, dan seni, di antara hal-hal lain.

3. Partisipasi aktivis organisasi masyarakat sipil (OMS) dalam kegiatan CSR merupakan alat pembelajaran yang berharga, terutama dalam hal mendorong, memotivasi, dan mempertahankan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan.

Pendapat (Hadi, 2011), prinsipnya CSR terbagi jadi tiga, yakni :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan cara emiten menjalankan operasionalnya sambil mempertimbangkan keberlanjutan sumber daya dalam jangka panjang.
2. *Accountability*, Upaya suatu emiten untuk transparan dan bertanggung jawab atas operasinya. Ide ini menjelaskan dampak kuantitatif dari operasional perusahaan terhadap pihak internal maupun eksternal.
3. *Transparency*, adalah konsep yang sangat penting bagi pihak di luar perusahaan. Pelaporan kegiatan operasional bisnis terkait erat dengan transparansi. Bagi pihak eksternal, transparansi sangat penting untuk meminimalkan kesalahpahaman.

2.1.3 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan emiten yang bersangkutan dievaluasi memakai laporan keuangannya. Seperti yang tercantum dalam rencana strategis yang dibuat untuk organisasi, kinerja merupakan ukuran seberapa berhasil suatu kegiatan atau program dalam mencapai visi, tujuan, sasaran, dan target organisasi. Kinerja keuangan suatu

emiten berfungsi sebagai salah satu dasar untuk mengevaluasi kondisi keuangannya, yang dilakukan dengan menganalisis rasio-rasio keuangannya. Data pengukuran kinerja keuangan diperlukan agar pemangku kepentingan dapat memahami kondisi bisnis dan tingkat kesuksesan dalam menjalankan operasionalnya.

ROA, ROE, dan EPS adalah tiga indikator keberhasilan keuangan atau efektivitas manajemen suatu perusahaan yang dapat digunakan sebagai pengganti rasio keuntungan. Indikator-indikator ini juga memberikan rincian spesifik tentang bagaimana alokasi sumber daya tertentu menghasilkan laba saat ini. Alasan penggunaan tingkat keuntungan sebagai metrik untuk mengevaluasi efektivitas suatu bisnis adalah karena tingkat keuntungan terkait dengan hasilnya dari tindakan dan kebijakan sudah diambil oleh bisnis tersebut di masa kini. Keuntungan suatu bisnis ditentukan oleh tiga faktornya, yakni:

1. Kemampuannya guna membuat nilai bagi perusahaan semakin meningkat.
2. Efektivitas operasional internal semakin meningkat, dan keunggulan kompetitif semakin meluas.
3. Perusahaan tidak hanya harus menyediakan pekerjaan berkualitas tinggi, tetapi juga harus melampaui pesaingnya dalam penciptaan nilai.

Istilah “kinerja keuangan” merujuk pada kondisi keuangan suatu perusahaan selama periode waktu tertentu dalam hal distribusi dan penggalangan dana, yang sering dievaluasi menggunakan metrik profitabilitas, likuiditas, dan kecukupan modal. Beberapa pendekatan dapat digunakan untuk menerapkan CSR sebagai sarana untuk

mengurangi risiko dan meningkatkan profitabilitas. Ada beberapa keuntungan dari penerapan CSR, seperti pengurangan biaya operasional, peningkatan volume penjualan dan pangsa pasar, pembentukan citra positif yang menarik investor baru, dan lain-lain. Investor potensial sering kali memperhatikan reputasi perusahaan, yang dapat dievaluasi melalui seberapa menguntungkan bisnis tersebut. Oleh karena itu, menjaga reputasi yang positif sangat krusial untuk kelangsungannya hidup emiten dalam jangka panjang. Sebagai cara untuk bertanggung jawab atas dampak operasional bisnis, CSR bertujuan untuk memenuhi tujuan utama perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sambil mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan dan keberlanjutan lingkungan.

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan dari studi sebelumnya, studi ini mempunyai perbedaannya dengan studi sebelumnya, yakni: pertama studi ini subjeknya studi beda yakni emiten kontraktor yang ada di BEI. Selain itu studi ini mengambilnya data dari tahun 2020 – 2023. Studi ini juga memakai variable independent yang beda dari studi sebelumnya yakni: ROA, ROE, serta EPS.

Pada studi sebelumnya menggunakan subjek studi beda seperti emiten manufaktur yang ada di BEI. Selain itu, studi sebelumnya mengambil data dari laporan keuangan sebelum tahun 2023 serta studi sebelumnya ada variable independent lainnya seperti profitabilitas, likuiditas, Corporate Social Responsibility, leverage, dan solvabilitas.

Dikarenakan banyaknya perbedaannya studi ini dengan studi sebelumnya dalam pemilihan subjek studi dimana memakai emiten kontraktor, tahun pengambilan data pda 2020 – 2023 dan tambahan variable independet yang belum pernah diteliti dari studi sebelumnya yaitu Earnings per Share. Hingga studi ini bisa layak untuk diteliti.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metodologi dan Variable	Temuan
1	Putri Khoirunnisa, Tutty Nurhayati, Elia Rossa, dan Nera Marinda (2023)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, dan <i>Capital Intensity</i> Terhadap <i>Tax Avoidance</i>	Metode: Kasual Variable independent: - Corporate Social Responsibility - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan - <i>Capital Intensity</i> Variable Dependent: - Tax Avoidance	Temuan ini yakni <i>capital intensity</i> Ada pengaruhnya positif pada tax avoidance. Makin tinggi tingkatan <i>capital intensity</i> pada emiten akan makin tinggi tingkatan tax avoidance yang dilaksanakan.

No	Nama Peneliti	Judul	Metodologi dan Variable	Temuan
2	Nur Faiza Mas'udiya h, Nilam Santika, Novia Oktaviani, Charisma Bayu Ramadhan i, Meilitarizky Nanda, dan Cholis Hidayanti (2024)	Analisis Perbandingan Laporan Keuangan Untuk Menilai Keuangan Perusahaan Kontruksi Tahun 2020-2022	Metode: Kuantitatif Variable independent: - Rasio Likuiditas - Rasio Solvabilitas - Rasio Profitabilitas Variable dependent: - Analisis Laporan Keuangan	Temuan ini memperlihatkan Rasio Lancar dihitungnya dengan membaginya aset lancar dengan kewajibannya lancar. Perhitungannya rasio lancar ini bisa memberi deskripsi terkait sejauh emiten mempunyai likuiditas yang memadai guna pemenuhan kewajiban jangka pendeknya. Rasio Kas, berlandaskan temuan rasio kas pada PT Total Bangun Persada Tbk sangat baik terkait melunasinya hutang jangka pendek.
3	Siti Khodijah, dan	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>	Metodologi: Purposive sampling. Variable independent:	Temuan studi Corporate Social Responsibility ada pengaruhnya positif pada Kinerja Perusahaan.

No	Nama Peneliti	Judul	Metodologi dan Variable	Temuan
	Syamsul Huda (2023)	Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating	- <i>Corporate Social Responsibility</i> - Kinerja keuangan Variable dependent: - Kinerja perusahaan	
4	Nurul Huda dan Aliah Pratiwi (2024)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Metodologi: purposive sampling. Variable independent: - <i>Corporate Social Responsibility</i> Variable dependent: - <i>Return On Asset</i>	Temuan ini memperlihatkan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak ada pengaruhnya pada <i>Return On Asset, Return On Equity, Net Profit Margin</i> .

No	Nama Peneliti	Judul	Metodologi dan Variable	Temuan
		Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	- <i>Return On Equity</i> - <i>Net Profit Margin</i>	
5	Sabeth Sembiring, A. Mahendra, Witya Shalini, dan Ria Veronica (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan <i>Leverage</i> Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Kontruksi Yang Terdaftar di	Metodologi: purposive sampling. Variable independent: - Rasio Profitabilitas - Rasio Likuiditas - Rasio Leverage Variable dependent: Harga saham	Temuan studi ini Rasio Profitabilitas, Rasio Likuiditas tidak ada pengaruhnya pada Harga Saham, sedangkan Rasio <i>Leverage</i> ada pengaruhnya pada Harga Saham.

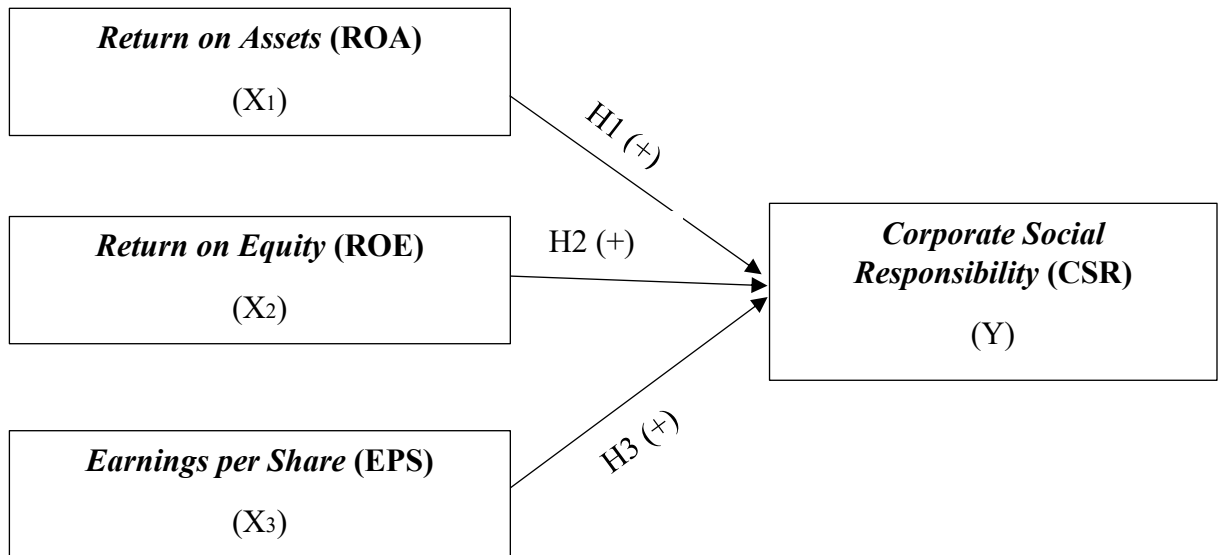
No	Nama Peneliti	Judul	Metodologi dan Variable	Temuan
		BEI Pada Masa Pandemi		
6	Josephine Gunardja, Januar Budiman, dan Njo Anastasia (2023)	Kinerja Keuangan Perusahaan Kontruksi di Indonesia (Studi Kasus Tahun 2017-2022)	Metodologi: Purposive sampling Variable independent: - <i>Return On Asset</i> - <i>Return On Equity</i> - <i>Earnings Per Share</i> Variable dependent: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Temuan studi ini <i>Return On Asset, Return On Equity</i> tidak ada pengaruhnya pada <i>Corporate Social Responsibility</i> , sedangkan <i>Earnings Per Share</i> ada pengaruhnya pada <i>Corporate Social Responsibility</i>

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada bagian ini menampilkan diagram penelitian yang menggambarkan hubungan antara variable independent serta dependent. Studi ini memakai *Return on Assets, Return on Equity* dan *Earnings per Share* sebagai variable independent, lalu *Corporate Social Responsibility*, berperan sebagai variable

dependent. Pengaruh dari masing-masing variable bisa digambarkannya melalui kerangka pemikirannya yakni:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————> Berpengaruh secara parsial

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesa ialah jawabannya sementara pada perumusan masalahnya studi, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan secara empiris (Sugiyono, 2022). Perumusan hipotesa pada studi ini berlandaskan pada teori dasar, temuan studi terdahulu, serta penalaran logis peneliti.

2.3.1 Pengaruh *Return on Asset (ROA)* Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Sebuah emiten dan masyarakat memiliki perjanjian sosial, berdasarkan konsep legitimasi. Perusahaan dapat menggunakan teori legitimasi sebagai alat strategis untuk mengembangkan operasinya di masa depan. Teori ini dapat dimanfaatkan untuk merancang rencana bisnis, terutama saat berusaha menempatkan diri dalam budaya yang semakin berkembang. Bagi individu dan organisasi yang sangat sadar akan lingkungan fisik dan non-fisik mereka, legitimasi merupakan kondisi psikologis yang mendasari loyalitas. Dalam hal pengembalian aset, ini merupakan komponen kunci dari kontrak sosial perusahaan dan pertimbangan strategis untuk pertumbuhannya di masa depan.

Melihat studi terdahulu mengungkapkannya aktivitas CSR pada pengungkapan sosial emiten ada pengaruhnya positif dengan kinerja perusahaan. Studi Wijayanti memperlihatkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan emiten tidak ada pengaruhnya pada variable ROA.

Lalu, studi lainnya yang dilaksanakan oleh Josephine Gunardja, Januar Budiman dan Njo (2023) didapatkan bahwa variable ROA ada pengaruhnya positif terhadap pengungkapan CSR. Jadi return on asset yang baik akan menjadikan perusahaan memiliki image yang baik kepada investor. Konsumen mempunyai persepsi baik pada emiten tersebut, dengan demikian

konsumen tidak akan ragu untuk memilih emiten tersebut. Dengan demikian bisa dirumuskan hipotesa pada studi ini yakni:

H1: *Return On Asset (ROA) Berpengaruh Positif Terhadap Corporate Social Responsibility*

2.3.2 Pengaruh *Return On Equity (ROE)* Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Sebuah perusahaan dan masyarakat memiliki perjanjian sosial, berdasarkan konsep legitimasi. Perusahaan dapat menggunakan teori legitimasi sebagai alat strategis untuk mengembangkan operasinya di masa depan. Teori ini dapat berfungsi sebagai alat untuk merumuskan strategi bisnis, terutama yang berkaitan dengan cara menempatkan diri dalam masyarakat yang sedang berkembang. Bagi individu dan organisasi yang sangat sadar akan lingkungan fisik dan non-fisik mereka, legitimasi merupakan kondisi psikologis loyalitas. ROE adalah metrik yang digunakan untuk menilai pengembalian investasi bagi pemegang saham preferen dan biasa suatu perusahaan. Karena perusahaan yang dikelola dengan baik lebih efisien dalam operasionalnya, lalu mempunyai ROE lebih baik daripada emiten lain di industri yang sama.

Dengan tingkat pengembalian ekuitas yang lebih tinggi, perusahaan lebih mungkin beroperasi secara efisien dan menghasilkan keuntungan dari

seluruh modalnya. Dengan demikian bisa dirumuskan hipotesa pada studi ini yakni:

H2: *Return On Equity (ROE) Berpengaruh Positif Terhadap Corporate Social Responsibility.*

2.3.2 Pengaruh *Earnings Per Share* Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Sebuah perusahaan dan masyarakat memiliki perjanjian sosial, berdasarkan konsep legitimasi. Perusahaan dapat menggunakan teori legitimasi sebagai alat strategis untuk mengembangkan operasinya di masa depan. Teori ini dapat dimanfaatkan untuk merancang rencana bisnis, terutama saat berusaha menempatkan diri dalam budaya yang semakin berkembang. Bagi individu dan organisasi yang sangat sadar akan lingkungan fisik dan non-fisik mereka, legitimasi merupakan kondisi psikologis loyalitas. Laba per saham adalah ukuran keuangan yang menunjukkan seberapa besar laba bersih yang dihasilkannya guna tiap saham biasa. Ketika laba dibagikan pada akhir tahun, laba per saham juga menunjukkan seberapa besar investor akan menerima.

Mengingat investor supaya tertarik pada emiten sebagai akibat dari keuntungan per saham lebih tinggi, hal ini akan menjadi faktor jangka panjang bagi bisnis. Dengan demikian bisa dirumuskan hipotesa pada studi ini yakni:

H3: *Earnings Per Share (EPS)* Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responsibility*.