

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan sebuah teori yang fokus pada interaksi perusahaan dengan para *stakeholder*. Perusahaan memerlukan legitimasi atau pengakuan dari para *stakeholder* agar mampu mempertahankan keberlangsungan perusahaan. O'Donovan (2002) dalam buku Nor Hadi (2011:87) berpendapat bahwa "Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi masih merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*goingconcern*)".

Operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan dari masyarakat. Fitriyani (2012) menyatakan bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Menurut Sari (2013) berpendapat bahwa "Dalam teori legitimasi tersebut perusahaan berusaha untuk menyesuaikan

keadaan dengan peraturan yang berlaku di masyarakat sehingga dapat diterima dilingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat.”

2. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2014). Dengan demikian *Stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Menurut Munsaidah, dkk (2016) mengemukakan pendapatnya bahwa Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut sehingga keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Pada dasarnya tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada memaksimalkan laba

demi kepentingan pemegang saham namun lebih luas lagi yakni menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan.

Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. Semakin kuat *stakeholder*, maka perusahaan harus semakin beradaptasi dengan *stakeholder*. Menurut Ayudia (2017) berpendapat bahwa Kemakmuran suatu perusahaan sangat bergantung kepada dukungan dari para *stakeholdernya*. *Stakeholder* diartikan sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan.

Kelompok *stakeholder* ini menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.”

3. Teori Organisasi Gender

Teori organisasi gender menjelaskan *diversitas gender* dalam organisasi. Menurut Acker (1990) organisasi adalah sebuah proses gender (*gendered process*). Terbentuknya organisasi ialah melalui tahapan-tahapan gender, yaitu melalui pola perbedaan antara maskulin dan feminim. Proses

gender terjadi melalui setidaknya lima proses interaksi: (1) Pembagian konstruksi sepanjang garis *gender*, (2) Pembangunan simbol dan gambar yang menjelaskan, mengungkapkan, memperkuat, atau terkadang menentang divisi (pembagian gender), (3) Proses yang menghasilkan struktur sosial *gender*, termasuk organisasi, merupakan interaksi antara wanita dan pria, wanita dan wanita, pria dan pria, termasuk seluruh pola yang menetapkan dominansi (kekuasaan) dan kepatuhan. (4) Proses ini menghasilkan komponen identitas *gender* individu, mencakup kesadaran akan keberadaan tiga aspek lain *gender*; dalam organisasi, pilihan pekerjaan yang sesuai, penggunaan bahasa, pakaian, dan penyajian diri sebagai anggota *gender* dari sebuah organisasi. (5) Kelima, *gender* terlibat dalam hal mendasar, proses berkelanjutan dari penciptaan dan konseptualisasi struktur sosial. *Gender* merupakan elemen konstitutif dalam keluarga dan kekerabatan, hal ini membantu untuk membingkai hubungan yang mendasari struktur lain, termasuk organisasi yang kompleks.

4. *Institutional Ownership*

Institutional ownership merupakan kepemilikan saham perusahaan yang mayoritas dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, *asset management* dan kepemilikan institusi lain). *Institutional Ownership* merupakan pemegang saham terbesar sehingga merupakan sarana untuk memonitor manajemen (Djakman dan Machmud, 2008). Investor institusional dapat meminta manajemen perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dalam laporan

tahunannya untuk transparansi kepada *stakeholders* untuk memperoleh legitimasi dan menaikkan nilai perusahaan melalui mekanisme pasar modal sehingga mempengaruhi harga saham perusahaan (Brancato dan Gaughan, 1991 dalam Fauzi, Mahoney, dan Rahman,2007).

5. *Corporate social responsibility disclosure (CSR)*

Disclosure memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan. Apabila dikaitkan dengan data, *disclosure* berarti memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang memerlukan. Jadi data tersebut harus benar-benar bermanfaat, karena apabila tidak bermanfaat, tujuan dari pengungkapan tersebut tidak akan tercapai. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktifitas suatu unit usaha. Dengan demikian, informasi tersebut harus lengkap, jelas dan dapat menggambarkan secara tepat mengenai kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha tersebut.

Informasi yang diungkapkan harus berguna dan tidak membingungkan pemakai laporan keuangan dalam membantu pengambilan keputusan ekonomi. Berapa banyak informasi yang harus diungkapkan tidak hanya tergantung pada keahlian pembaca, tetapi juga pada standar yang dibutuhkan (Chariri dan Ghazali, 2007). Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diukur dengan proksi *corporate social responsibility disclosure*

index (CSRDI) berdasarkan *global reporting initiatives* (GRI) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 akan menunjukkan penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti tentang *management tenure*, *executive gender diversity*, *institutional ownership* dan *corporate social responsibility disclosure*.

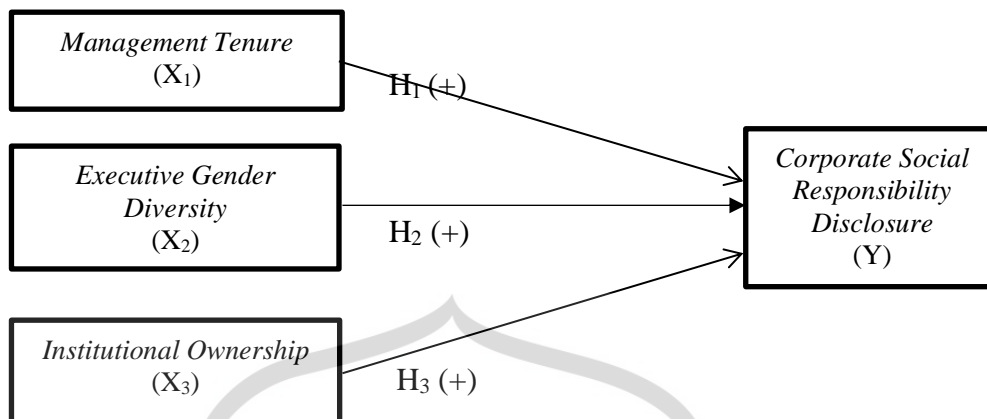
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang digunakan	Hasil
1.	Naila Karima (2014)	Variabel dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Variabel independen: Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Asing	Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
2.	Ulfa Luthfia Nanda, Gista Rismayani (2019)	Variabel dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Variabel independen: <i>Gender Diversity</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran KAP	<i>Gender Diversity</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran KAP berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3.	Ni Made Rahindayat (2017)	Variabel dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Variabel independen: <i>Diversitas Gender</i> , <i>Diversitas Kebangsaan</i> , <i>Diversitas Pendidikan</i> , <i>Diversitas Proporsi Komisaris Independen</i> .	Hasil pengujian menunjukkan bahwa <i>diversitas gender</i> , <i>diversitas kebangsaan</i> , <i>diversitas pendidikan</i> dan <i>proporsi komisaris independen</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.
4.	Annisa Sekarwangi Kismartono Putri (2018)	Variabel dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	Penelitian ini menunjukkan bahwa kewarganegaraan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang digunakan	Hasil
		Variabel independen: Dewan direksi perempuan, dewan direksi asing, masa jabatan dan latar belakang pendidikan dewan direksi	tanggung jawab sosial. Sedangkan <i>gender</i> , masa jabatan dan latar belakang pendidikan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
5.	Mira Mardhiya Al-Baab, Dabella Yunia (2017)	Variabel dependen: <i>Corporate social responsibility disclosure</i> Variabel independen: <i>Management tenure, executive gender diversity</i> dan <i>institutional ownership</i> Variabel control: Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , profitabilitas	<i>Management tenure</i> berpengaruh positif terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> , sedangkan <i>executive gender diversity</i> dan <i>institutional ownership</i> berpengaruh negatif terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> .
6.	Indraswari dan Astika (2014)	Variabel dependen: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Variabel independen: <i>Management Tenure</i> dan Kepemilikan Institusional	<i>Management tenure</i> dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
7.	Pika Setianingrum (2018)	Variabel dependen: Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> Variabel independen: profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik	Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> sedangkan kepemilikan saham publik berpengaruh negatif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>

C. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini akan dijelaskan pengaruh *management tenure*, *executive gender diversity* dan *institutional ownership* terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Model penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2.1
Model Penelitian

D. Hipotesis

1. Pengaruh *management tenure* terhadap *corporate social responsibility disclosure* (CSR D)

Management tenure dapat diartikan sebagai lamanya masa kerja atau jabatan seorang manajemen bekerja di perusahaan. Rao dan Tilt (2016) menyatakan bahwa semakin lama masa jabatan maka semakin banyak pengetahuannya mengenai perusahaan. Jadi, seorang manajemen akan lebih memahami jalannya perusahaan dan mampu berkerja lebih baik dan efisien. Jadi, semakin lama masa jabatan seorang manajemen diharapkan akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Huang (2013) melakukan penelitian terhadap dampak karakteristik CEO terhadap kinerja CSR. Salah satu variabel yang diamati adalah lama masa jabatan. Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh positif masa jabatan terhadap CSR. Jadi, semakin lama seorang CEO menjabat maka

semakin baik kinerja CSR. Hal ini karena CEO sudah mengenal dengan baik mengenai operasi perusahaan, sehingga dapat mengambil keputusan lebih baik. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh McCarthy dkk (2017), Mira, M dan Yunia, D (2017) dan Setianingrum, P (2018) yang menunjukkan pengaruh positif *management tenure* terhadap *corporate social responsibility disclosure (CSR)*

H₁: *Management tenure* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure (CSR)*

2. Pengaruh *executive gender diversity* terhadap *corporate social responsibility disclosure (CSR)*

Coffey dan Wang (1998) mendefinisikan keanekaragaman *board* sebagai variasi di antara para anggotanya yang mungkin berasal dari berbagai karakteristik board seperti keahlian dan latar belakang manajerial, kepribadian, gaya, pendidikan, usia dan nilai-nilai pembelajaran. Semakin beragam anggota *board* yang ada di perusahaan maka semakin dapat berkontribusi untuk meningkatkan kinerja organisasi dengan memberikan ide baru, wawasan dan perspektif untuk *board* (Siciliano, 1996).

Menurut Kusumastuti (2008) mengungkapkan bahwa wanita memiliki sikap kehati-hatian yang sangat tinggi, cenderung menghindari risiko, dan lebih teliti dibandingkan pria. Sisi inilah yang membuat wanita tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan, sehingga dengan adanya wanita dalam jajaran dewan perusahaan dikatakan dapat membantu mengambil keputusan yang lebih tepat dan berisiko lebih rendah. Robbins dan Judge

(2008) menyatakan bahwa wanita pada umumnya lebih memiliki pemikiran yang mendetail terkait dalam analisis pengambilan keputusan. Mereka cenderung menganalisis masalah-masalah sebelum membuat suatu keputusan dan mengolah keputusan yang telah dibuat, sehingga menghasilkan pertimbangan masalah serta alternatif penyelesaian yang lebih saksama.

Rahindayati, N dkk (2017), dan Nanda, U dkk (2018) mengungkapkan bahwa variasi gender berpengaruh positif terhadap peningkatan pengungkapan *corporate social responsibility*, didalam hasil penelitian tersebut terlihat baik laki laki atau pun perempuan yang menduduki posisi sebagai dewan direksi sama sama berorientasi untuk melakukan pengembangan *corporate social responsibility*. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa setiap individu yang dibedakan atas gender sama sama telah memiliki kesadaran yang tinggi untuk benar benar melaksanakan pengungkapan *corporate social responsibility*.

H₂: Executive gender diversity berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility disclosure (CSR)

3. Pengaruh *institutional ownership* terhadap *corporate social responsibility disclosure* (CSR)

Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi menimbulkan pengawasan yang lebih besar untuk menghalangi perilaku *opportunistic* manajer. Pemegang saham institusional juga memiliki *opportunity*, *resources* dan *expertise* untuk menganalisis kinerja dan tindakan

manajemen (Rustiarini, 2011). Investor institusional sebagai pemilik sangat berkepentingan untuk membangun reputasi perusahaan. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan institusional dalam perusahaan maka tekanan terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial pun semakin besar. Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan sukarela (Rustiarini, 2011). Hasil penelitian Karima, N (2014) dan Murwaningsari (2009) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan institusional dalam perusahaan maka tekanan terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial pun semakin besar. Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan sekarela. Hal ini berarti kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

H3: *Institutional ownership* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility disclosure (CSR)*