

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan sering dipandang sebagai pedang bermata dua, perusahaan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar, namun di sisi lain perusahaan juga berpotensi merusak. Artinya, perusahaan juga berkontribusi aktif dalam kerusakan lingkungan dan masyarakat (Prastowo dan Huda, 2011:39). Dewasa ini, isu *corporate social responsibility* (CSR) mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satu pendorongnya adalah perubahan paradigma dunia usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi harus pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial (Wibisono, 2007:77). Seperti yang dikemukakan oleh John Elkington dalam (Wibisono, 2007) melalui konsep “3P” (*profit, people dan planet*) dalam bukunya “*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*” yang release pada tahun 1997. John berpendapat bahwa jika perusahaan ingin *sustain*, maka perusahaan perlu memperhatikan 3P yakni, bukan cuma *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2007:6).

Ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial (CSR) sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama*, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat, perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. *Kedua*, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan. *Ketiga*, kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial (Wibisono, 2007:78). Perkebangan *corporate social responsibility* (CSR) untuk konteks Indonesia dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. *Pertama*, pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela (*discretionary business practice*) artinya pelaksanaan CSR lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang di tuntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara Republik Indonesia. *Kedua*, pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan *discretionary business practice*, melainkan pelaksanaannya sudah diatur oleh undang-undang (bersifat *mandatory*) (Solihin, 2008:161).

Sebagaimana tertuang dalam Pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal tersebut menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat tersebut merupakan

kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ketentuan ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (Prastowo dan Huda, 2011:47). Dana yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mengelola CSR pun sebenarnya tidak harus besar, apalagi besar kecilnya dana CSR dalam UU No.40 tahun 2007 disebutkan, besarnya dana CSR didasarkan atas azas “kepatutan”. Azas ini sangat tidak jelas, namun sebenarnya yang terpenting adalah bagaimana perusahaan dapat harmoni dengan lingkungan, sekalipun kecil dana yang dikeluarkan (Prastowo dan Huda, 2011:34). Dengan demikian tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Hal ini dalam rangka mendukung terjalinnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (Siti Kotijah, 2008) dalam (Prastowo dan Huda, 2011:48).

Belakangan ini CSR perusahaan sering dipandang sebagai cerminan baik atau buruk sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya. Baik buruknya perusahaan di mata masyarakat adalah ketika korporasi mampu membangun sinergi yang baik dengan lingkungan masyarakat sekitar. Masyarakat tidak mau tahu dengan “urusan dalam negeri” perusahaan. Masyarakat hanya tahu penampakan luar perusahaan dan sejauh mana perusahaan mengendalikan dampak kerusakan

lingkungan (Prastowo dan Huda, 2011:41). Persepsi masyarakat ini tentunya akan berpengaruh pada fluktuasi pendapatan perusahaan yang juga berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Ada berbagai tolak ukur dalam melihat pencapaian kinerja. Diantaranya adalah yang dikemukakan oleh Denilson (2000) dalam (Resturiani, 2011) bahwa suatu perusahaan dikatakan berkinerja baik dengan tolak ukur berpredikat baik yaitu pada keuntungan, kualitas, inovasi pangsa pasar, pertumbuhan penjualan dan kepuasan para karyawannya. Tetapi selain laba (*profit*) dan pertumbuhan tak kalah pentingnya yaitu keberlangsungan atau *sustainability* (Sembiring, 2005). *Sustainability* dapat dipahami sebagai suatu proses pembangunan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengabaikan kebutuhan-kebutuhan generasi masa depan (Prastowo dan Huda, 2011:18).

Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Kinerja perusahaan dapat diukur dengan menganalisa dan mengevaluasi laporan keuangan. Informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan di masa lalu seringkali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja di masa depan dan hal-hal lain yang langsung menarik perhatian pemakai seperti pembayaran dividen, upah, pergerakan harga sekuritas dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya ketika jatuh tempo. Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan di manapun, karena kinerja merupakan cerminan

dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya (Kusumo, 2008).

Penelitian Amiri dan Amini (2015) yang meneliti tentang *The Effect of Social Responsibility on Financial Performance of Companies*, pada perusahaan non-financial (manufaktur) yang terdaftar di Bursa Efek Teheran dari tahun 2002 sampai akhir 2011, hasil penelitiannya menunjukkan hubungan yang signifikan antara CSR dan *Return on Assets*, *Return on Equity*, *Real Stock Returns*. Penelitian Kamatra dan Kartikaningdyah (2015) yang meneliti tentang *Effect Corporate Social Responsibility on Financial Performance*, pada perusahaan pertambangan dan industri kimia dasar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2012, hasil penelitiannya menunjukkan CSR berpengaruh signifikan terhadap *Return on assets* dan *Net profit margin*. Penelitian Bahy (2015) yang meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2009 – 2013, hasil penelitiannya menunjukkan CSR tidak berpengaruh terhadap *Return on Assets*, *Return on Equity*, dan *Profit Margin*.

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan dan juga dengan adanya perbedaan hasil dari penelitian terdahulu, terutama hasil penelitian Bahy (2015) yang meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2009 – 2013, hasil penelitiannya menunjukkan CSR tidak

berpengaruh terhadap *Return on Assets*, *Return on Equity*, dan *Profit Margin*, hal ini mungkin dapat terjadi di kerenaan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan pertambangan tidak mempengaruhi penjualan produk dan kinerja keuangan perusahaan untuk menghasilkan laba, maka sangat menarik jika topik ini dikaji ulang menggunakan sampel perusahaan Manufaktur, di mana perusahaan manufaktur merupakan industri pengolahan yang hasil produknya, dapat dinikmati langsung oleh para konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Ukuran kinerja keuangan apakah yang paling tepat untuk menggambarkan kinerja keuangan yang dipengaruhi oleh CSR?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan beberapa batasan permasalahan yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan hanya pada Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam Indeks Sri Kehati dan *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR) yang terdaftar di BEI dan menerbitkan laporan tahunan lengkap setiap tahunnya dari tahun 2011-2015.

2. CSR dalam penelitian ini diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) atau indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan Kinerja keuangan dalam penelitian ini di proksikan dengan ROA, ROE, *Profit Margin* (PM), *Tobin's Q*, *Earning Per Share* (EPS), dan *Economic Value Added* (EVA) secara parsial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis dan mengetahui Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Ukuran kinerja keuangan yang paling tepat untuk menggambarkan bahwa kinerja keuangan dipengaruhi oleh CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan referensi tambahan yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak akademis sehingga dapat memberikan pengetahuan mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan khususnya

dalam hal penilaian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur.

b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan informasi bagi perusahaan baik pihak internal dan eksternal perusahaan mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

1. Bagi pihak internal: dapat memberikan masukan bagi perusahaan manufaktur sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar.
2. Bagi pihak eksternal: dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberi masukan kepada para investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori – teori yang melandasi peneliti melakukan penelitian, yaitu teori yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan

perusahaan meliputi: *Corporate Social Responsibility* (CSR), pengertian *Corporate Social Responsibility*, perkembangan *Corporate Social Responsibility*, manfaat pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*, konsep dasar *Corporate Social Responsibility*, indikator *Corporate Social Responsibility*, tujuan perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility*, pengertian kinerja, pengertian kinerja keuangan, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, pengukuran kinerja keuangan, penelitian terdahulu, dan perumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA

Bab ini akan membahas tentang analisa data dan pembahasan meliputi deskripsi obyek penelitian, dan pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan, implikasi manajerial, dan saran.