

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Globalisasi perekonomian menciptakan persaingan, peluang bisnis, selain juga tantangan yang menyentuh berbagai dimensi bisnis; mulai dari segi kemampuan sumber daya manusia dan persaingan layanan hingga pengembangan sumber daya manusia; dari operasi bisnis hingga pemerintah, LSM, dan konsumen. Pada saat yang sama, mantra pebisnis juga telah berkembang dari sekedar mengejar “laba” atau “*profit*” menjadi “laba, manusia, dan bumi” atau “*profit, people and planet*”. Seiring berjalannya waktu terjadi kecenderungan perusahaan terhadap “*sustainability*” jangka panjang dibandingkan terhadap “*profitability*” dalam jangka pendek (Urip, 2014 : 4-5).

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi diharapkan hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansial saja, namun juga harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu berupa: finansial, sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan (*sustainable development*). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila korporasi juga turut memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Uraian di atas sejalan dengan teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat

dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 : 32). *Coorporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bukti usaha perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada kepentingan *shareholders* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, namun juga pada kepentingan *stakeholders*. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan para *stakeholder*.

Definisi secara luas ditulis sebuah organisasi dunia WBCSD atau *World Bisnis Council for Sustainable Development* (1999), yang dikutip dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Karagiorgos (2010 : 85) sebagai berikut: “CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya serta seluruh keluarga mereka”. WBCSD sendiri merupakan asosiasi dunia yang berurusan dengan upaya memajukan pembangunan berkelanjutan.

Di Indonesia, CSR diatur dalam Undang-Undang No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Kedua Undang-Undang ini secara tegas mensyaratkan bahwa untuk melaksanakan suatu perusahaan yang melakukan prinsip tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance* (GCG), harus juga peduli terhadap kepentingan sosial dan lingkungan di perusahaan yang melaksanakan tugas maupun pelaksanaan perusahaan tersebut dalam bidang sumber daya alam.

Pelaksanaan CSR mewujudkan keadaan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat. Apabila kegiatan CSR yang dilakukan

perusahaan menyentuh dan memberi manfaat langsung terhadap masyarakat maka perusahaan akan lebih leluasa dalam mengembangkan pasarnya. Khususnya industri-industri yang tidak dapat melakukan pemasaran langsung dengan iklan di berbagai media, salah satu contohnya seperti perusahaan pertambangan. CSR merupakan strategi bisnis strategis yang dapat meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat. Perusahaan dengan citra yang baik akan mendapat dukungan penuh dari lingkungan sekitarnya dan dukungan penuh tersebut diharapkan mampu memaksimalkan keuntungan ekonomi perusahaan.

Investasi dalam program CSR seperti memberi sumbangan bagi pendidikan nasional, menyediakan pelatihan kejuruan, mendukung pembangunan infrastruktur, atau melakukan pengelolaan limbah air, atau lingkungan bisa saja tidak memberi manfaat langsung dan nyata bagi perusahaan. Namun, semua kegiatan tersebut akan membantu mitigasi risiko bisnis, meningkatkan nilai sebuah merek, membangun dukungan, memperbaiki efisiensi dan semangat karyawan dan yang terpenting adalah mempercepat pertumbuhan ekonomi mikro sehingga menjamin terbentuknya lingkungan yang kondusif bagi perusahaan untuk beroperasi dan berkembang (Urip, 2014 : 80). Pada akhirnya keseluruhan dampak positif dari strategi CSR akan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Pendapat Urip tersebut juga didukung oleh Philip Kotler (2007 : 33) dalam buku *CSR : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause* yang menyatakan bahwa pelaksanaan CSR dapat membangun positioning merek, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan daya tarik korporat

di mata investor. Dampak pelaksanaan tersebut tentunya akan berimbang terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sementara itu, McGuire et al. (1998), dalam Balabanis et al. (1998), menyatakan bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan, perbaikan hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan.

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983, dalam Basamalah et al., 2005). Nilai perusahaan merupakan kinerja keuangan perusahaan yang diukur berdasarkan pasar (*market based measured*) yang salah satunya tercermin dari nilai *stock return* (pengembalian saham).

Pentingnya peran CSR baik bagi perusahaan maupun *stakeholder* mendorong banyak penelitian yang mencoba mengungkapkan hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan. Peneliti-peneliti tersebut antara lain adalah Balabanis et al. (1998), Fiori et al. (2007), Finch (2005), Brammer et al. (2006), Karagiorgos (2010) serta Udiale dan Fagbemi (2012).

Penelitian tersebut menggunakan proksi-proksi yang beragam untuk mengukur CSR dan kinerja keuangan. Hasil yang diperoleh menunjukkan keberagaman pula. Balabanis et al. (1998), menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan *gross profit to sales ratio* (GPS), tetapi berpengaruh negatif terhadap *Return on Capital Employed* (ROCE). Sementara itu penelitian Fiori et al. (2007) mengungkapkan bahwa tidak ada hubungan CSR dengan *stock price*.

Brammer et al. (2006) menginvestigasi hubungan antara CSR dan *stock return* terhadap perusahaan-perusahaan di UK. Hasilnya CSR tidak mempengaruhi *stock return*. Sementara itu Karagiorgos (2010) melakukan penelitian dengan menguji pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan di Yunani. Karagiorgos menggunakan indikator kinerja keuangan yang sama, yaitu *stock return*. Hasil penelitian Karagiorgos menghasilkan pendapat yang berbeda. Karagiorgos berhasil membuktikan bahwa CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *stock return*.

Dalam penelitiannya Karagiorgos (2010 : 90-91) juga menyebutkan beberapa penelitian lain yang terkait dengan CSR, antara lain adalah sebagai berikut: Bird et al. (2007) menghasilkan penelitian dimana perusahaan yang menerapkan CSR memiliki kecenderungan ke arah positif di dalam posisi pasar mereka dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan CSR dalam strategi bisnis mereka. Nelling and Webb (2009) melakukan penelitian dengan menggunakan *Return on Asset (ROA)* dan *stock return* tahunan sebagai variabel dependen dan hasilnya ROA dan *annual stock return* berkorelasi positif terhadap skor CSR.

Karagiorgos (2010 : 89) mengungkapkan kutipan bahwa dari 95 penelitian diketahui, 49 penelitian menggunakan pengukuran akuntansi, 12 penelitian menggunakan pengukuran berdasarkan pasar dan sisanya menggabungkan antara pengukuran akuntansi dan pasar (Griffin dan Mahon, 1997). Pengukuran akuntansi yang paling populer digunakan sebagai indikator kinerja keuangan adalah ROA dan ROE. Sedangkan untuk pengukuran berdasarkan pasar, *stock return* adalah indikator kinerja yang paling sering

digunakan.

Dalam penelitian ini, indikator kinerja keuangan yang digunakan adalah *Economic Value Added* (EVA) dan *stock return*. EVA akan mewakili pengukuran kinerja keuangan berdasarkan akuntansi, sedang *stock return* mewakili pengukuran kinerja keuangan berdasarkan pasar. EVA dipilih sebagai indikator dibandingkan ROA atau ROE, karena metode ini memperhitungkan secara akurat pengembalian investasi yang tidak bisa ditunjukkan oleh perhitungan alat ukur konvensional lainnya seperti ROA dan ROE.

Secara sederhana EVA didefinisikan sebagai laba operasi dari pendapatan setelah pajak dikurangi biaya modal (*cost of capital*) yang dipergunakan dalam menghasilkan pendapatan tersebut (Stewart, 1990 : 137 dalam Shil, 2009 : 171). EVA merupakan indikator tentang adanya penciptaan nilai dari suatu investasi. EVA juga dapat digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan dipandang dari sisi kepentingan dan harapan *shareholder*, yang selalu menuntut eksekutif perusahaan agar mampu menghasilkan nilai tambah dari aktivitas operasional mereka.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian dapat dirumuskan masalah sebagai berikut; apakah strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi secara positif kinerja keuangan perusahaan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan. Indikator kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Economic Value Added* (EVA) dan *stock return*. Indikator EVA mewakili kinerja perusahaan berdasarkan perhitungan akuntansi (*accounting based measured*) dan indikator *stock return* mewakili kinerja perusahaan berdasarkan pasar (*market based measured*).

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, untuk memberikan bukti empiris tentang dampak penerapan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan, dimana penerapan CSR yang baik dan benar akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.
2. Bagi calon investor, memberikan pemahaman yang benar mengenai CSR dan dampak pelaksanaan CSR yang dilakukan perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut, dimana investor sebenarnya dapat menggunakan laporan CSR sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.
3. Bagi masyarakat umum, memberikan informasi tentang penerapan CSR oleh perusahaan, dimana strategi CSR yang dilakukan perusahaan pada dasarnya bukan semata-mata hanya sebagai alat pencitraan, namun sudah menjadi strategi perusahaan dalam menciptakan kondisi saling menguntungkan antara perusahaan, lingkungan dan masyarakat sekitarnya.

4. Bagi Akademisi, sebagai informasi tambahan dan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam tentang CSR terutama penelitian di bidang manajemen keuangan.

## **E. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam pemecahan masalah yang dihadapi, tinjauan penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai populasi dan sampel, data yang diperlukan, metode pengumpulan data, definisi variabel dan pengukuran, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang dianalisis berdasarkan teori untuk menjawab permasalahan yang telah dikemukakan

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian, saran untuk penelitian berikutnya, dan implikasi dari penelitian yang dilakukan.