

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbincangan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) bukanlah hal yang baru, karena CSR telah berkembang sejak era 1970-an. Pada era tersebut dicetuskan agar pemerintah melakukan intervensi yang bertujuan memperluas ruang lingkup CSR. Ruang lingkup CSR tidak hanya mencakup tanggung jawab korporasi kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga kepada pekerja, konsumen, pemasok, masyarakat, terciptanya udara bersih, air bersih dan konstituen lain di mana perusahaan melakukan aktivitas usahanya (Azheri, 2011: 121).

CSR berkaitan dengan perlakuan perusahaan terhadap *stakeholders* baik yang berada di dalam maupun di luar perusahaan, termasuk lingkungan secara etis maupun secara tanggung jawab dengan memperlakukan *stakeholders* dengan cara yang bisa diterimanya. Secara sosial CSR meliputi tanggung jawab di bidang ekonomi dalam upaya menciptakan standar hidup lebih baik dengan tetap memelihara profitabilitas perusahaan (Azheri, 2011: 26).

Masyarakat membutuhkan informasi mengenai hak-hak yang semestinya diperoleh untuk mendapatkan rasa aman dalam mengkonsumsi makanan, kesejahteraan karyawan, serta rasa tentram. Dengan menjaga lingkungan dan sosialnya diharapkan perusahaan dapat melakukan pencegahan dan perbaikan yang tepat. Selain itu, perusahaan diwajibkan melaporkan informasi mengenai

aktivitas dan tanggung jawab lingkungan untuk menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan lingkungannya.

Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan sekitar. *CSR* sebagai sebuah gagasan menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Akan tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab sosial perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan sehingga setiap perusahaan diwajibkan mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *CSR*. Pentingnya *CSR* telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 pasal 74 tahun 2007 di mana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tidak semua pihak setuju bahwa dengan adanya peraturan baru ini memperlihatkan bahwa komunitas bisnis Indonesia belum sepenuhnya yakin bahwa aktivitas *CSR* akan memberikan dampak positif bagi tujuan utama mereka.

Sejalan dengan perkembangan globalisasi, keberadaan *CSR* dalam dunia usaha menjadi semakin dibutuhkan. Hal ini berkaitan dengan (1) pengelolaan risiko, (2) perlindungan dan meningkatkan reputasi serta *image* perusahaan, (3) membangun kepercayaan dan *license to operate* bagi perusahaan, (4) meningkatkan efisiensi sumberdaya yang ada dan meningkatkan akses terhadap modal, (5) merespons dan mematuhi peraturan yang berlaku, (6) membina

hubungan baik dengan *shareholders*, (7) mendorong pemikiran yang inovatif, dan (8) membangun kesempatan untuk mengikuti pasar masa depan. Pada sisi lain, kebijakan penerapan *CSR* dapat memberikan nilai tambah dalam rencana strategis kegiatan perusahaan sehari-hari (Azheri, 2011: 127).

Wijayanti *et al* (2011) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial yang sering disebut juga sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*. *CSR* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya yang dapat dilihat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah.

Pada implementasinya, *CSR* diyakini sebagai bagian dari etika bisnis yang dilakukan dengan tujuan saling memberi manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pengertian dan konsep *CSR* terus mengalami perkembangan, sebagaimana diungkapkan oleh pakar akuntansi bahwa perkembangan *CSR* berangkat dari istilah akuntansi lingkungan atau akuntansi sosial ekonomi. *CSR* adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan para *stakeholders* dan lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku (Azheri, 2011: 26-28).

Penelitian Wijayanti *et al* (2011) mengemukakan beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yang meliputi: 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusahaan lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan, 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan di mana perusahaan bekerja, 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, dan 4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar.

Pratiwi (2012) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa ukuran kinerja perusahaan yang paling lama dan paling banyak digunakan adalah kinerja keuangan yang diukur dari laporan keuangan dengan alasan: (1) umumnya dinilai dapat dipercaya dan konsisten sehingga dapat memberikan suatu landasan yang solid untuk pengembangan struktur pertanggungjawaban dan penghargaan, (2) selaras dengan tujuan utama perusahaan yaitu menciptakan *profit* bagi pemilik, sehingga memberikan suatu fokus pengukuran kinerja yang konsisten dengan tujuan perusahaan.

Penelitian Marissa *et al* (2013) menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan *return on asset*, *return on equity* dan *earning per share*. Penelitian oleh Muid (2011) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *stock return*. Sementara itu dalam penelitian Wijayanti *et al* (2011) CSR hanya berpengaruh signifikan

pada kinerja keuangan *return on equity* dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan *return on asset* dan *earning per share*.

Telah banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menyisihkan sebagian dana mereka guna melaksanakan kegiatan *CSR* agar mendapatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini mendorong peneliti untuk meneliti kembali peran pengungkapan *CSR* terhadap kinerja keuangan perusahaan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan objek pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena saat ini perusahaan keuangan juga memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *return on asset*?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *return on equity*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *return on asset*.
2. Menguji apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *return on equity*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

##### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial. Penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga pemerintah dapat menindaklanjuti pengesahan UU PT dengan mewajibkan semua perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

##### 2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

##### 3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan yang memberikan model baru mengenai pengaruh *CSR* pada kinerja keuangan perusahaan.

## **E. Sistematika Penulisan Laporan Penelitian**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I   Pendahuluan**

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

### **BAB II   Tinjauan Pustaka**

Bab ini mengemukakan tentang teori-teori yang mendasari penelitian ini, rujukan penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

### **BAB III   Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang cara-cara dalam penyusunan metode penelitian, antara lain mengenai data, sumber data, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan metode analisis data.

### **BAB IV   Hasil Penelitian dan Analisis Data**

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, data-data yang diperoleh, analisis data dan pembahasannya.

### **BAB V   Penutup**

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.