

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena yang tengah berkembang saat ini menuntut perubahan tatanan kehidupan baru dalam berbagai bidang politik, ekonomi dan sosial budaya. Kecenderungan tersebut terus menjadi agenda perubahan besar masyarakat dan memunculkan berbagai opini dalam sistem sosial kemasyarakatan, yang mengharapkan dan memberi peluang untuk mewujudkan kesejahteraan bersama yang berkelanjutan (*sustainable development*).

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menghendaki adanya hubungan yang harmonis antara stakeholders yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Dunia usaha sebagai salah satu *stakeholders* memegang peranan yang cukup penting dalam sistem ekonomi baik lokal, nasional maupun pada tingkat global, karena berpotensi dalam hal modal (*capital*) dan sumber daya manusia. Partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) adalah dengan mengembangkan program kepedulian kepada masyarakat disekitarnya yang disebut tanggung jawab sosial perusahaan /*Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR (Corporate Social Responsibility) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggungjawab perusahaan dalam menerapkan CSR yaitu dalam bentuk amal (*charity*) maupun pembedayaan (*empowerment*) misalnya kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability*.

CSR saat ini sesungguhnya telah menjadi fenomena global. Di Geneva, Swiss, pada 5 Juli 2007 telah dilangsungkan konferensi UN Global Compact, dihadiri lebih 600 eksekutif senior korporasi dunia. Tujuan konferensi adalah memperbaiki praktik bisnis dengan memperhatikan lingkungan hidup dan aspek sosial di dalam dan di luar perusahaan. Korporasi diminta memperlihatkan kepedulian dan tanggungjawab kemasyarakatan lebih

besar. Fenomena global ini juga melanda Indonesia. Perkembangan pelaksanaan CSR di Indonesia ditandai, sudah banyak perusahaan mengimplementasikan CSR. . Perkembangan CSR di Indonesia dapat dilihat dari beragam upaya Pemerintah Provinsi, Kabupaten dan Kota untuk menerbitkan peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan CSR di wilayah Propinsi, Kabupaten dan Kota bersangkutan.

Di Indonesia, kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan menjadi suatu kewajiban diatur dalam Undang-undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) resmi ditetapkan pada 16 Agustus 2007. Dalam pasal 74 UUPT tersebut secara jelas dipaparkan keharusan membuat laporan tahunan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bagi perusahaan terbuka atau *go public*, laporan tanggungjawab sosial perusahaan harus dipublikasikan kepada masyarakat luas, Adapun perusahaan yang belum *go public*, laporan tanggungjawab sosial perusahaan tetap harus dilaporkan walaupun hanya terbatas pada pihak-pihak terkait, seperti regulator dan para pemegang saham. Berdasarkan UU no. 40 / 2007 mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan bersifat wajib (*mandatory disclosure*). Berdasarkan Bapepam no. 134 / BL / 2006 tanggal 7 Desember 2006 yang mengharuskan bagi perusahaan-perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengungkapkan uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan

tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan.

Corporate Social Responsibility dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan meningkat dimata masyarakat. Ketika reputasi perusahaan meningkat, masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laris produk perusahaan di pasaran maka laba yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya laba akan dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Kusumadilaga, 2010:26). Hal ini akan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Penilaian kinerja keuangan biasanya dilakukan melalui Analisis Rasio Keuangan yang salah satunya menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE).

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kegiatan CSR yang diungkapkan dalam laporan keuangan memiliki pengaruh pada peningkatan laba?

2. Bagaimana kegiatan CSR mampu mempengaruhi *Return on Equity* (ROE) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui CSR yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI)
- b. Mengetahui adanya pengaruh CSR dalam laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) terhadap kinerja perusahaan yang dilihat dari *Return on Equity* (ROE)
- c. Mengetahui adanya pengaruh CSR yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terhadap citra perusahaan di masyarakat

2. Manfaat

a. Bagi Penulis

Dapat membuka wawasan bagi peneliti mengenai CSR yang dilakukan oleh perusahaan khususnya bagi perusahaan manufaktur

yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dan hubungannya terhadap kinerja perusahaan yang dilihat dari *Return on Equity* (ROE), serta berguna dalam penyusunan tugas akhir.

b. Bagi Perusahaan Manufaktur

Dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam membuat kebijakan manajemen mengenai pengungkapan dan pengembangan program CSR yang akan dilakukan serta dapat mengetahui manfaat pengungkapan CSR bagi *Return on Equity* (ROE) pada perusahaan.

c. Bagi Pihak Lain

Dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang akan dilakukan.