

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Fenomena yang sedang berkembang dewasa 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. 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 adalah dengan mengembangkan program kepedulian kepada masyarakat di sekitarnya yang disebut tanggung jawab sosial perusahaan / *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Perkembangan pelaksanaan CSR di Indonesia cenderung menunjukkan pelaksanaan program CSR sebagai: (1) Bagian dari strategi operasional perusahaan; dan (2) Kepedulian pribadi pemilik perusahaan atas suatu kendala sosial yang ingin dibantunya (Prastowo dan Huda, 2011). Ketika

program CSR dimaknai sebagai salah satu aspek strategis dalam operasionalnya, maka pelaksanaan program CSR akan masuk dalam biaya operasional. Pelaksanaan program CSR untuk publik eksternal dilakukan langsung oleh organisasi kerja di dalam perusahaan tersebut seperti Team Public Relation, Team CD (*Corporate Development*) atau Team CSR. Dapat juga perusahaan membentuk Yayasan sebagai penyelenggara kegiatan CSR untuk publik eksternalnya. Namun, kerap kali CSR perusahaan hanya diwujudkan ke dalam program sosial dan cenderung sebagai filantropi atau caritas semata. Tidak sedikit juga perusahaan sangat memperhatikan aspek berkelanjutan (*sustainability*) dari pengguliran CSR. Program CSR sering digulirkan masih mempunyai benang merah dengan operasional perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan eksplorasi dan produksi migas menggulirkan program CSR berupa kegiatan "*community development*" di lingkungan masyarakat sekitar operasi yang terkena dampak langsung.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan terhadap lingkungannya, maka semakin baik pula citra perusahaan menurut pandangan masyarakat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen.

Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja keuangan perusahaan juga baik.

Pada periode-periode sebelum tahun 2007 pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan masih bersifat sukarela. Saat ini di Indonesia sendiri kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan sudah mulai berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peraturan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007 yang diberlakukan pada tanggal 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 tanggung jawab sosial perusahaan harus dipublikasikan kepada masyarakat luas. Adapun perusahaan yang belum *go public*, laporan tanggung jawab sosial perusahaan tetap harus dilaporkan walaupun hanya terbatas pada pihak-pihak terkait, seperti regulator dan para pemegang saham. Berdasarkan UU no. 40 / 2007 mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan bersifat wajib (*mandatory disclosure*). Berdasarkan Peraturan 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 tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan.

Pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan yang terpapar dalam *annual report* yang akan menjadi salah satu pertimbangan bagi para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Maka dari itu perusahaan harus berusaha menunjukkan kinerja terbaiknya agar dapat menarik para investor. Salah satu caranya adalah dengan melakukan kegiatan sosial dan aktivitas lingkungan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Kegiatan ini menunjukkan kinerja perusahaan dan kepedulian terhadap para pemangku kepentingan perusahaan. Sehingga perusahaan tidak hanya dituntut untuk fokus pada perbaikan atau kemajuan kondisi internal perusahaan atau dalam artian hanya mencari keuntungan semata, namun perusahaan juga dituntut untuk fokus dalam mengembangkan hubungan sosial pada kondisi eksternal dan internal perusahaan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders*.

Menurut Rahmawati et al., (2014) program CSR dalam suatu perusahaan terutama perusahaan manufaktur merupakan hal penting yang harus dilaksanakan bagi kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Untuk itu, manajemen diharapkan dapat menyelaraskan kepentingan *stakeholder* melalui CSR program dengan memkasimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif dari suatu aktivitas bisnis tertentu.

Suharto (2008) dalam Doni (2013) menjelaskan bahwa CSR adalah operasi bisnis yang dilakukan perusahaan yang berkomitmen untuk tidak hanya meningkatkan keuntungan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi. Konsep CSR menyatakan bahwa bukan hanya pemilik atau pemegang saham saja yang menjadi tanggung jawab perusahaan, tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Ghoul *et al.*, (2011) dalam penelitiannya, mengungkapkan bahwa investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan.

Sarwar *et al.*, (2012) mengungkapkan bahwa CSR di pengaruhi oleh bagaimana suatu bisnis menyelaraskan nilai-nilai perusahaan, harapan, dan kepentingan para *stakeholder* bukan hanya investor dan pelanggan tetapi juga karyawan, supplier, kelompok kepentingan khusus dan masyarakat secara keseluruhan. CSR merupakan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab kepada para *stakeholder* dan merupakan suatu cara perusahaan untuk mencapai keseimbangan atau integrasi ekonomi, lingkungan dan imperatif sosial. Menurut Parert dan Eibert(1975), Ullmann (1985) dan Roberts (1992) dalam Farzad *et al.*, (2013) jika CSR dipandang sebagai biaya yang signifikan, perusahaan dengan kinerja keuangan masa lalu yang relatif tinggi kemungkinan akan dapat menyerap cost dimasa

depan. Maka dari itu para investor akan lebih memilih investasi jangka pendek, high-yield investment dan general long-term CSR investment.

Menurut Donato dalam Maria (2012), informasi mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi harga saham perusahaan sehingga para investor menjadikan informasi kinerja perusahaan dalam bidang sosial sebagai salah satu bahan pertimbangan untuk melakukan investasi pada saham perusahaan yang bersangkutan. Dalam penelitiannya Xiping et al.,(2014) menemukan bahwa secara keseluruhan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki efek yang signifikan terhadap ROA, ROE, dan EPS, yang menunjukkan bahwa masalah CSR dapat membantu perusahaan mengurangi biaya, sehingga menyebabkan kenaikan laba. .

Menurut Fadly (2013) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Dengan *Corporate Social Responsibility* citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, *Corporate Social*

*Responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktifitas sosial dilingkungan sekitarnya.

Begitu banyak dampak positif yang dihasilkan dalam program CSR bagi kelangsungan dan pengembangan hidup perusahaan, maka dari itu hal ini dapat menjadi suatu tantangan bagi perusahaan. Agar lebih memfokuskan perhatiannya pada upaya untuk menciptakan kelestarian lingkungan dan sosialnya di samping menghasilkan produk yang berkualitas. Karena perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan serta sosial, di mana perusahaan tersebut berdiri. Bahkan masalah lingkungan ikut mempengaruhi persaingan bisnis baik nasional maupun internasional dan menjadi salah satu faktor penentu produk tersebut layak atau tidak berada di pasar dunia. Sehingga perusahaan harus lebih terbuka dan meningkat dalam kinerjanya, terutama dalam hal kinerja sosial.

Selain *Corporate Social Responsibility* terdapat beberapa variabel yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan. Adapun variabel-variabel tersebut digunakan sebagai variabel kontrol. Ukuran Perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan. Lin (2006) serta Wright et al. (2009) dalam Amalia (2013) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar lebih menjanjikan kinerja yang baik. Perusahaan besar cenderung memiliki akses untuk masuk ke pasar modal dan lebih mudah untuk menarik investor untuk menanamkan sahamnya di

perusahaan sehingga hal ini dapat meningkatkan *income* perusahaan yang berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan juga dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk *industry* yang sama (Machfoedz, 1996) dalam Putu (2014). *Growth* dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana total aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang dan pertumbuhan yang akan datang (Taswan, 2003) dalam Putu (2014). Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aktiva perusahaan yang akan mempengaruhi Kinerja Keuangan perusahaan yang meyakini bahwa persentase perubahan total aktiva merupakan indikator yang lebih baik dalam mengukur *growth* perusahaan (Putrakrisnanda, 2009).

*Leverage* atau hutang juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan. Setiap hutang akan menimbulkan beban masing-masing. Semakin besar pinjaman, semakin besar pula beban bunga yang harus dibayarkan. Biaya berupa beban bunga tersebut biasa disebut *financial leverage*. Menurut Syamsudin (2009:112), *financial leverage* timbul karena adanya kewajiban – kewajiban finansial yang sifatnya tetap (*fixed financial charges*) yang harus dikeluarkan perusahaan”.Sartono (2010:120) juga menyatakan bahwa *Financial leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiaya investasinya. Berdasarkan definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa analisis *leverage* ikut

berperan dalam upaya meningkatkan kinerja keuangan karena dengan analisis tersebut perusahaan-perusahaan yang memperoleh sumber dana dengan berhutang dapat mengetahui sejauh mana pengaruh pinjaman yang diambil perusahaan terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

CSR menjadi salah satu topik yang sering diperdebatkan dalam bidang manajemen dalam beberapa dekade terakhir. CSR telah banyak diteliti. Di antara berbagai peneliti, mencoba untuk menggunakan individu, perusahaan, dan negara-negara dari berbagai tingkat analisis untuk mengeksplorasi mengapa produsen bersedia untuk bertaruh pada kegiatan CSR.

Karena hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan menjadi topik yang banyak dibahas oleh para peneliti. Maka dari itu, peneliti akan meneliti pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan, dengan *Size, Growth, dan Leverage*, sebagai variabel kontrol. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu karena, dalam penelitian ini sample yang di gunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Index Kompas 100 periode 2012-2014. Hal ini dilakukan guna mengetahui pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan financial dan nonfinancial yang terdaftar di Index Kompas 100 periode 2012-2014.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikembangkan diatas, dapat dikemukakan mengenai rumusan masalah yang timbul adalah, apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap Kinerja

Keuangan pada perusahaan yang terdaftar di Index Kompas 100 periode 2012-2014?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas 100 periode 2012-2014.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan, diharapkan penelitian ini akan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta pengaruhnya terhadap Kinerja Keuangan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang manajemen keuangan dan bidang ekonomi berbasis lingkungan dan sosial.

#### 2. Manfaat Praktis

Bagi Manajemen Perusahaan

Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporannya dan memberikan kontribusi pemikiran bahwa tanggung jawab sosial perusahaan saat ini berdampak pada reputasi dan peluang bertumbuh yang lebih baik sehingga perusahaan akan

layak beroperasi dipasar dan dijadikan objek investasi sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangannya.

Bagi Investor

Bagi investor, diharapkan akan dapat memberikan informasi lebih lanjut tentang tanggung jawab sosial perusahaan, yang dimana akan dapat dijadikan bahan pertimbangan investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan.