

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perusahaan tidak hanya dituntut dalam mencari laba atau keuntungan semata. Jika ditinjau dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi bantuan secara langsung kepada masyarakat yakni meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungannya melalui CSR.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah tanggung jawab yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan maupun masyarakat untuk memenuhi kepentingan *stakeholder*. Saat ini perusahaan mulai melaporkan program CSR didalam laporan keuangan mereka namun sifatnya masih sukarela. Hal ini disebabkan oleh pertimbangan perusahaan terhadap biaya-biaya yang harus dikeluarkan karena CSR memiliki timbal balik yang akan didapatkan oleh perusahaan setelah melakukan CSR. Jika perusahaan memperoleh manfaat dan tidak lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan, perusahaan cenderung sukarela melakukan program CSR. Program CSR dianggap sebagai inti dari etika bisnis, yang menganggap bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan kesejahteraan *stakeholder*, tetapi kewajiban-kewajiban lain yang kepentingannya melebihi ekonomi dan kesejahteraan *stakeholder* (Hendrik Untung Budi, 2008:1).

CSR yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk pemberian bantuan berupa sumbangan dan perusahaan melakukan hanya untuk sekedar berbuat baik demi terlihat baik di mata citra masyarakat. Peran CSR semakin penting untuk

mendorong semakin luasnya tanggung jawab perusahaan tersebut terhadap terciptanya keseimbangan pembangunan. Manfaat CSR sendiri terhadap perusahaan yakni mempertahankan dan menciptakan *brand image* perusahaan. Reputasi yang buruk cenderung akan menurunkan reputasi perusahaan, begitupun sebaliknya. Kontribusi positif juga akan menaikkan reputasi dan juga *brand image* perusahaan. Hal inilah yang menjadi hal lain yang sifatnya *non financial (marketing)* bagi perusahaan, serta menambah rasa kepercayaan bagi *stakeholder* nya yang menjadi nilai tambah untuk perusahaan agar dapat tumbuh secara berkelanjutan (Yusuf Wibisono, 2007:78).

Untuk melakukan CSR perusahaan memerlukan biaya tambahan yang akan mempengaruhi tingkat profit. Dilain sisi, dikarenakan dengan melaksanakan CSR citra perusahaan akan semakin baik, sehingga loyalitas konsumen pun diharapkan tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen, maka penjualan akan semakin baik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga akan meningkat kedepanya. Dalam hal ini CSR akan mempengaruhi kinerja keuangan sebuah perusahaan yang melakukan CSR. Hal tersebut ditunjukkan oleh penelitian dari Jurokhani (2013) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan. Hal berbeda ditunjukkan oleh penelitian Chin-Huang Lin, Dian-Yan Liou (2009) yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan positif yang signifikan antara CSR dengan kinerja keuangan. Hal tersebut menunjukkan ketidakkonsistenan hasil dari penelitian sebelumnya.

CSR cenderung memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Asset (ROA)*. ROA merupakan rasio yang mengukur

perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya (Munawir, 2002:247). Hal ini dibuktikan oleh penelitian dari Ibnu Dipraja (2014), yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan rasio *Return On Asset (ROA)*. Hal yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Marissa Yaparto, Dianne Frisko, dan Rizky Eriandani (2013), yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA, ROE dan EPS).

CSR cenderung memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Equity (ROE)*. ROE merupakan rasio yang mengukur seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas dana yang didapatkan dari pemegang saham perusahaan (Munawir, 2002:84). Penelitian yang dilakukan oleh Marissa Yaparto, Dianne Frisko, dan Rizky Eriandani (2013) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA, ROE, dan EPS).

CSR juga memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Market to Book Ratio (MBR)*. MBR menunjukkan rasio antara harga saham menurut pasar, *market value* dengan harga saham menurut buku (Henry Faizal Noor, 2014:203). Hal tersebut ditunjukkan dengan penelitian yang dilakukan oleh I Dewa Ketut Yudyadana Ajilaksana (2011), yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Market to Book Ratio (MBR)*.

Berdasarkan hasil uraian tersebut diatas, terdapat ketidakkonsistenan hasil dari penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *corporate social responsibility* pada kinerja keuangan perusahaan. Hal tersebut yang membuat peneliti ingin meneliti kembali pengaruh dari *corporate social responsibility* pada kinerja keuangan perusahaan khususnya pada sektor perusahaan manufaktur.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mencoba untuk membuktikan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang di presentasikan oleh *return on asset (ROA)*, *return on equity (ROE)* dan *market to book ratio (MBR)*. Berdasarkan hal tersebut, pertanyaan mengenai masalah penelitian dapat dirumuskan menjadi :

1. Apakah progam CSR berpengaruh pada *return on asset (ROA)* ?
2. Apakah progam CSR berpengaruh pada *return on equity (ROE)* ?
3. Apakah progam CSR berpengaruh pada *market to book ratio (MBR)* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh dari CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada *return on asset (ROA)*.
2. Untuk menguji pengaruh dari CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada *return on equity (ROE)*.
3. Untuk menguji pengaruh dari progam CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada *market to book ratio (MBR)*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Sebagai tambahan informasi dan bahan kajian bagaimana pengaruh CSR pada kinerja perusahaan.
2. Dapat menjadi masukan bagi perusahaan akan perlunya melakukan program *CSR (Corporate Social Responsibility)* untuk dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.
3. Sebagai sumber referensi bagi mahasiswa atau pihak mana pun yang ingin melakukan penelitian dengan judul atau topik yang terkait.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Secara sistematis susunan skripsi ini ialah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang antara lain meliputi penelitian terdahulu yang nantinya akan menjadi acuan dalam penyusunan penelitian dan teori-teori yang menjadi landasan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian, kerangka pemikiran penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang antara lain ialah rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang dipergunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN & ANALISIS DATA

Bab ini berisi gambaran subyek penelitian yang akan menguraikan tentang karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian serta analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memberikan penjelasan mengenai hasil penelitian yang meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

