

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab suatu perusahaan kepada masyarakat atau lingkungan sekitar merupakan sebuah agenda wajib tahunan yang digelar atas dasar tanggung jawab kepada semua yang berkepentingan seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, serta lingkungan alam. Atas dasar itu CSR haruslah bersifat pembangunan berkelanjutan, maksudnya adalah suatu organisasi perusahaan dalam melakukan setiap aktivitasnya harus berdasarkan keputusan yang tidak semata-mata berdampak pada ekonomi (keuntungan dan dividen), namun juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan yang diakibatkan oleh produksi baik efek jangka panjang maupun jangka pendek.

Konsep Corporate Social Responsibility pertama kali dicetuskan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 silam. Pada awalnya CSR diawali oleh kegiatan yaitu dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma-norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan dampak-dampak sosial. Pada saat ini CSR (Corporate Social Responsibility) dijadikan salah satu strategi oleh perusahaan guna meningkatkan citra perusahaan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi profitabilitas pada suatu perusahaan

Corporate Social Responsibility adalah suatu hal kewajiban yang harus dilaksanakan oleh Perusahaan, diatur dalam Undang Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 yang isi didalamnya mengatur mengenai Tanggung jawab sosial

dan lingkungan, dimana perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Agar dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini berjalan dengan baik, perusahaan tersebut harus melakukan pemberdayaan masyarakat dalam program pengembangan pasar dan pembentukan citra kepada masyarakat sekitar. Sehingga dapat meningkatkan citra positif perusahaan di masyarakat.

Program *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh terhadap ROA (*Return on Asset*). Dengan meningkatnya aksi *Corporate Social Responsibility* kepada lingkungan sekitar, maka citra perusahaan akan dikenal baik di mata masyarakat. Hal ini dapat menjadikan produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut akan banyak diminati. Semakin laku produk perusahaan yang dijual oleh perusahaan, maka akan semakin baik pengaruh terhadap ROA (*Return on Asset*) dikarenakan memperoleh *profit* atas kegiatan produksi perusahaan yang berasal dari total aktiva yang ada.

Pertanggungjawaban sosial juga berpengaruh terhadap ROE (*Return on Equity*). Apabila perusahaan melaksanakan kinerja sosial kepada lingkungan sekitar, maka akan menciptakan pandangan yang bagus dari masyarakat terhadap nama perusahaan tersebut. Hal tersebut berdampak baik pada produk yang dijual. Sehingga membuat perusahaan memperoleh pendapatan yang besar dari modal yang diberikan oleh para pemegang saham. Jika nilai ROE (*Return on Equity*) besar, maka calon investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan.

Akibatnya, modal yang akan diberikan kepada perusahaan tersebut juga semakin bertambah banyak

Hasil penelitian sebelumnya terkait dengan CSR terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan pada profitabilitas (Cho et al., 2019; Gantino, 2016) selain itu ada juga penelitian yang menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif tidak signifikan pada profitabilitas (Mustafa & Handayani, 2014; Rahmah & Iramani, 2015; Setyono, 2016). Corporate Social Responsibility dapat memberikan pengaruh pada kinerja pasar yang diukur dengan PBV (Price to Book Value). Apabila perusahaan tersebut berhasil dalam kegiatan pertanggungjawaban sosial maka akan meningkatkan citra dan kepercayaan calon investor, dengan begitu saham perusahaan akan diminati yang menyebabkan harga semakin tinggi

Hasil penelitian sebelumnya terkait dengan CSR terhadap kinerja pasar menunjukkan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif signifikan pada kinerja pasar yang diukur dengan PBV (Putra et al., 2015). Namun pada penelitian lain menyebutkan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja Pasar (Gantino, 2016)

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang terdapat perbedaan hasil di dalamnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas dan Kinerja Pasar Perusahaan. Perusahaan pertambangan dipilih sebagai sampel karena perusahaan dalam sektor pertambangan banyak memberi pengaruh atau dampak yang lebih terhadap lingkungan sekitar atas aktivitas produksi sehari-hari

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai Latar Belakang tersebut, maka peneliti menetapkan rumusan masalah sebagaimana berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja pasar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas
2. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja pasar

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Peneliti

Dapat mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Asset* dan *Return on Equity* dan kinerja pasar yang diukur dengan *Price to Book Value* pada perusahaan tersebut

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi gambaran bagaimana pentingnya dari pertanggungjawaban sosial yang harus dituangkan dalam sebuah laporan agar dapat meningkatkan kepedulian dari aktivitas perusahaan terhadap lingkungan sekitar

3. Bagi Investor

Dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan terhadap perusahaan yang akan dipilih dalam berinvestasi dalam aspek fundamental

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini, disajikan dalam 5 bab yang terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan, latar belakang yang mencakup pendapat dan pemikiran dari berbagai tokoh, masalah apa saja yang dirumuskan, tujuan penelitian serta manfaat bagi peneliti maupun Perusahaan

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bahasan pada bab ini adalah diuraikan penelitian terdahulu atau sebelumnya yang sejenis, landasan teori yang berkaitan dan berhubungan dengan masalah penelitian, kerangka pemikiran dari Hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian, batasan-batasan penelitian, identifikasi variabel. Definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analitik data.

BAB IV: GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALI

Bab ini berisi tentang gambaran subjek penelitian serta analisis data yang terdiri dari analisis statistika deskriptif, pengujian hiipotesis, analisis data dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran yang berdasarkan penelitian yang telah dilakukan