

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu program tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan berdiri, maupun untuk lingkungan yang lebih luas lagi. Tanggung jawab perusahaan, khususnya perusahaan manufaktur yang berhadapan langsung dengan alam, dapat dilihat dari bagaimana proses pembuangan limbah perusahaan ke lingkungan, sampai ke pencarian bahan baku yang digunakan untuk memproduksi suatu produk. Persaingan bisnis antar perusahaan membuat segenap jajaran perusahaan berusaha keras untuk memajukan usaha serta meningkatkan labanya. Tanpa disadari hal ini membuat perusahaan semakin mengeksploitasi sumber-sumber daya alam, khususnya di Indonesia. Hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk fokus pada perbaikan dan peningkatan kondisi internal perusahaan atau dalam artian mencari *profit* saja namun perusahaan juga dituntut untuk fokus dalam mengembangkan hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholder*.

Tanggung jawab sosial baik internal maupun eksternal ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder*

perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 : 32).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mewujudkan keadaan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan menyentuh dan memberi manfaat langsung terhadap masyarakat maka perusahaan akan lebih leluasa dalam mengembangkan pasarnya. Khususnya industri-industri yang tidak dapat melakukan pemasaran langsung dengan iklan di berbagai media, salah satu contohnya seperti perusahaan pertambangan.

Corporate Social Responsibility dapat meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat. Perusahaan dengan citra yang baik akan mendapat dukungan penuh dari lingkungan sekitarnya dan dukungan penuh tersebut diharapkan mampu memaksimalkan keuntungan ekonomi perusahaan. Investasi dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti memberi sumbangan bagi pendidikan nasional, menyediakan pelatihan kejuruan, mendukung pembangunan infrastruktur, atau melakukan pengelolaan limbah air, atau lingkungan bisa saja tidak memberi manfaat langsung dan nyata bagi perusahaan. Kegiatan tersebut akan membantu meningkatkan nilai sebuah merek, membangun dukungan, memperbaiki efisiensi dan semangat karyawan dan yang terpenting adalah mempercepat pertumbuhan ekonomi mikro sehingga menjamin terbentuknya lingkungan yang kondusif bagi perusahaan untuk beroperasi dan berkembang (Urip, 2014 : 80). Pada akhirnya keseluruhan dampak positif dari strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Salah satu alternatif instrumen *Corporate Social Responsibility* di Indonesia sejak tahun 1995 dikenal dengan sebutan PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan yang telah di selenggarakan oleh kementerian Negara Lingkungan Hidup. Alternatif ini dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja penataan masing-masing perusahaan kepada *stakeholder* pada skala nasional.

PROPER merupakan salah satu bentuk kebijakan pemerintah, untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Selanjutnya PROPER juga merupakan perwujudan transparansi dan demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia. Penerapan instrumen ini merupakan upaya Kementerian Negara Lingkungan Hidup untuk menerapkan sebagian dari prinsip-prinsip *good governance* (transparansi, berkeadilan, akuntabel, dan melibatkan masyarakat) dalam pengelolaan lingkungan.

Untuk memudahkan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyikapi hasil kinerja penataan masing-masing perusahaan, maka peringkat kinerja perusahaan dikelompokkan dalam lima peringkat warna. Lima peringkat warna yakni mencakup peringkat Hitam, Merah, Biru, Hijau, dan Emas. Peringkat Emas dan Hijau untuk perusahaan yang telah melakukan upaya lebih dari taat dan patut menjadi contoh, peringkat Biru bagi perusahaan yang telah taat, dan peringkat Merah dan Hitam bagi perusahaan yang belum taat. Dengan adanya lima peringkat warna tersebut belum dapat memberi informasi yang lengkap kepada para *stakeholder* dalam menyikapi

kinerja masing-masing perusahaan karena belum dihubungkan dengan kinerja keuangan.

Indonesia saat ini memerlukan kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan yang sudah mulai berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peraturan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 Tahun 2007 yang diberlakukan pada 16 Agustus 2007. Undang-undang ini mengatur tentang perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Laporan keuangan tahunan merupakan salah satu media yang biasa digunakan dalam menungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan. Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi terkini. Kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Laporan tersebut merupakan cerminan kinerja perusahaan.

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu indikator yang dipergunakan oleh investor untuk menilai suatu perusahaan dari harga pasar saham tersebut di Bursa Efek Indonesia. Semakin baik kinerja perusahaan maka akan semakin tinggi *return* yang akan diperoleh investor. Umumnya investor akan mencari perusahaan yang mempunyai kinerja terbaik dan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dikatakan perolehan modal perusahaan dan nilai perusahaan akan meningkat apabila perusahaan memiliki reputasi baik yang

tercermin dalam laporan keuangannya. Pengukuran kinerja keuangan meliputi hasil perhitungan rasio-rasio keuangan yang berbasis pada laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan dan telah di audit akuntan publik. Rasio-rasio tersebut dirancang untuk membantu para analisis investor dalam mengevaluasi suatu perusahaan berdasarkan laporan keuangannya (Horne, 2005).

Penggunaan informasi keuangan yang disediakan sebuah perusahaan biasanya analis atau investor akan menghitung rasio-rasio keuangannya yang mencakup rasio likuiditas, *leverage*, aktivitas dan profitabilitas perusahaan untuk dasar pertimbangan dalam keputusan investasi. Dalam penelitian hanya menggunakan rasio profitabilitas.

Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Penelitian ini menggunakan ROA dan EPS sebagai proksi dari profitabilitas. *Return on asset* (ROA) adalah perbandingan antara laba sebelum pajak dengan total aktiva, atau dapat dikatakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset. Semakin besar ROA semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan dan semakin baik posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset. Begitu juga sebaliknya bila ROA kecil maka tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan akan kecil dan posisi perusahaan akan kurang baik. *Earning per Share* (EPS) merupakan perbandingan antara laba bersih dengan jumlah saham beredar. Ekspektasi pendapatan yang akan diperoleh merupakan faktor penentu harga saham. Saham dengan return tertinggi pada umumnya memiliki pendapatan yang lebih besar daripada yang diperkirakan, sedangkan saham dengan return terendah memiliki pendapatan di bawah perkiraan. Jadi *earning per share* memiliki hubungan positif

dengan harga saham, sehingga apabila jumlah *earning per share* meningkat maka harga saham akan naik begitu juga tingkat pengembalian investasi, dan sebaliknya.

Di pasar modal sebagian investor juga memperhatikan program *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Salah satu cerminan persepsi investor tersebut kepada perusahaan adalah Nilai Pasar. Investor yang memandang penting *Corporate Social Responsibility*, maka akan menilai tinggi perusahaan yang melaksanakannya.

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Nilai perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial di dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan dimana investor cenderung berinvestasi pada perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki keterkaitan dengan keuangan di negara-negara berkembang walaupun membutuhkan waktu yang lama untuk melihat keterkaitan yang signifikan tersebut (Ahmed, Islam dan Hasan, 2012). Aktivitas *Corporate*

Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan terbukti memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (Dahlia dan Siregar, 2008). Disisi lain ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa tidak ada kaitan positif diantara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan (Athansia dan Maria, 2010).

Perusahaan berkemampuan meningkatkan kinerja keuangan untuk memperoleh keuntungan disebut dengan profitabilitas. Profitabilitas merupakan faktor manajemen untuk lebih bebas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa para investor tidak hanya melihat kinerja perusahaan saja tetapi dilihat juga dari tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Hal tersebut menarik untuk diteliti dan dicermati, terutama pada konsep CSR yang merupakan suatu relatif baru di dunia bisnis nasional yang sedang berkembang pelaksanaannya. Oleh karena itu, penulis bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013”**.

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Earning per Share* (EPS) ?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar (*Tobin's Q*) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam mengenai *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA)
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Earning per Share* (EPS)
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai pasar (*Tobin's Q*)

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dicapainya tujuan penelitian diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Untuk mengetahui eksistensi perusahaan sebagai cerminan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja keuangan yang baik, karena kinerja keuangan perusahaan menjadi tolak ukur baik atau tidaknya sistem manajemen yang dijalankan oleh perusahaan.
2. Untuk meyakinkan para investor terhadap saham-saham yang akan dipilihnya, untuk menentukan dimana akan menanamkan modalnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memberikan referensi lebih luas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menjadi acuan bagi yang ingin melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematis penulisannya adalah 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

Bab ini membahas mengenai Tinjauan Pustaka yang antara lain meliputi Penelitian Terdahulu yang akan menjadi acuan dalam penyusunan penelitian ini dan teori-teori

yang menjadi landasan dalam menyelesaikan Permasalahan Penelitian, Kerangka Pemikiran Penelitian, Dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan memberikan penguraian mengenai metode penelitian yang antara lain adalah 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 digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan secara garis besar populasi penelitian serta aspek-aspek dari sampel perusahaan yang nantinya akan dianalisis, sedangkan analisis data terdiri dari analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan yang menjelaskan tentang kesimpulan penelitian yang berisikan jawaban atas perumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian, yang menguraikan keterbatasan penelitian baik secara teoritik, metodologis, ataupun teknis, serta saran yang merupakan implikasi hasil penelitian bagi pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian maupun bagi pembangunan ilmu pengetahuan utamanya untuk peneliti selanjutnya.