

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Menurut hasil riset *Centre for Governance, Institutions, and Organisations* (CGIO) *National University of Singapore* (NUS) *Business School* (2016) menyatakan bahwa pemahaman suatu perusahaan terhadap praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang masih rendah dapat memberikan dampak bagi rendahnya kualitas pengoperasian agendanya. Kualitas tanggung jawab sosial (CSR) yang dimiliki perusahaan-perusahaan di Indonesia saat ini masih dinyatakan rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Hasil studi riset ini dilakukan terhadap 100 perusahaan di empat negara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Tingkat pelaporan tanggung jawab sosial yang dimiliki keempat negara sampel tersebut dinyatakan tinggi akan tetapi tingginya pelaporan tanggung jawab sosial tidak menjamin bahwa kualitas praktiknya juga tinggi. Dari 100 perusahaan di keempat negara tersebut, perusahaan di Indonesia dalam implementasi praktik tanggung jawab sosial lebih rendah dibandingkan perusahaan-perusahaan di negara Singapura dan Thailand (Loh, 2016). Hasil riset tersebut memaparkan bahwa perusahaan di negara Thailand kualitas implementasi tanggung jawab sosialnya paling tinggi yakni dengan nilai 56,8 dari total 100, untuk perusahaan di negara Singapura berada dinilai 48,8. Sedangkan untuk implementasi tanggung jawab sosial perusahaan di negara Indonesia yaitu 48,4 dan perusahaan di negara Malaysia sebesar 47,7. Kriteria dalam penilaian kualitas

implementasi tanggung jawab sosial tersebut berdasarkan dari sejumlah indikator kerangka Global Reporting Initiative (GRI), faktornya adalah tata kelola perusahaan, ekonomi, lingkungan, dan sosial (Suastha, 2016).

Menurut Yusuf Babatunde Adeneye and Maryam Ahmed (2015) istilah *Corporate Social Responsibility* didefinisikan menjadi kemampuan perusahaan untuk bertanggungjawab sosial terhadap pertumbuhan dan perkembangan lingkungan di mana perusahaan beroperasi. *Corporate Social Responsibility* memiliki tiga komponen utama yaitu *people*, *profit*, dan *planet*. Saat ini komponen tersebut kerap dijadikan dasar perencanaan, pengungkapan dan evaluasi (pelaporan) program-program tanggung jawab sosial yang dikenal dengan *triple bottom line* (Hasibuan dan Sedyono, 2006). *Corporate Social Responsibility* dalam pengungkapannya berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) dibagi menjadi tiga fokus, yang terdiri dari indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja sosial, dan indikator kinerja lingkungan.

Thamrin Sihite (2018) memaparkan bahwa program tanggung jawab sosial terhadap masyarakat maupun lingkungan belum dipandang sebagai sesuatu yang penting oleh sebagian besar perusahaan. Karena sebagian besar perusahaan masih dianggap menjadi penyebab rusaknya lingkungan ini. Pernyataan tersebut belum selaras dengan peraturan mengenai tanggung jawab sosial yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang menjelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Dalam mendukung pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* agar berjalan

dengan baik, maka perusahaan seharusnya melakukan penetapan suatu program yang didalamnya harus mendukung mengenai beberapa hal diantaranya adalah dengan mendukung pendidikan dasar dan kejuruan, keamanan lingkungan, kesejahteraan masyarakat, kesehatan dan keamanan masyarakat. Selain dari pada hal tersebut perusahaan juga diharuskan untuk melakukan program pengembangan pasar dan membentuk citra kepada masyarakat sebagai upaya untuk pemberdayaan masyarakat sehingga dengan meningkatkannya citra positif perusahaan di masyarakat sekaligus dapat mengembangkan konsep *added value chain* (Gantino, 2016). Saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan, yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Elvinaro, et al.,2011).

Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu faktor penting dalam penilaian keseluruhan kinerja perusahaan itu sendiri (Price dan Mueller, 1986; dan Venkatraman dan Ramanujam, 1986). Kinerja keuangan mengandung arti sebagai penentu ukuran yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Maka dari itu perlunya pengkaitan antara suatu perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban dalam suatu pengukuran kinerja keuangan (Ermayanti, 2009). Dalam menganalisis kinerja keuangan terdapat banyak indikator yang dapat digunakan diantaranya adalah aliran dana per transaksi (*cash flow*), profitabilitas, likuiditas, struktur keuangan dan investasi atau rasio pemegang saham (Price dan Mueller, 1986; dan Venkatraman dan Ramanujam 1986). Pernyataan lainnya diungkapkan menurut Jane M. Montague, Lee Ming Tan, dan Lee Ming V. (2015) mengenai indikator yang mengukur kinerja keuangan yakni, pertumbuhan penjualan, profitabilitas seperti *Return on*

Investment (ROI), *Return on Sales* (ROS) dan *Return on Equity* (ROE). Perusahaan menggunakan salah satu kinerja keuangan yaitu rasio profitabilitas. Sedangkan untuk pengertian profitabilitasnya sendiri adalah suatu kemampuan perusahaan dalam upaya memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri (Sartono, 2010). Semakin modernnya perkembangan bisnis para perusahaan dituntut untuk memulai kompetisi dalam pertahanan usahanya. Hal tersebut memberikan maksud bahwa perusahaan lebih dituntut untuk tidak terfokus memperbaiki dan meningkatkan kondisi internal perusahaannya atau dalam arti lain yaitu pencarian keuntungan, tetapi perusahaan saat ini seharusnya dituntut untuk lebih berfokus dalam pengembangan hubungan sosial dan kondisi eksternal perusahaannya, ini merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholders*. Tanggung jawab sosial perusahaan yang meliputi internal dan eksternal perusahaan seperti hal diatas dapat disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (Yaparto, et al. 2013).

Corporate Social Responsibility dalam penerapannya dapat dipercaya dalam peningkatan suatu kinerja perusahaan, dimana modal yang dimiliki investor cenderung untuk ditanamkan pada perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Hal ini akan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan maka pelaksanaan tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial menciptakan penghematan sehingga dapat meningkatkan laba. Laba merupakan salah satu ukuran kinerja keuangan (Robinson dan Pearce, 2005)

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chusnul Khitam (2014) menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan sebesar 52% sedangkan untuk sisanya sebesar 48% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diantaranya adalah likuiditas, solvabilitas, dan stabilitas ekonomi yang mempengaruhi kinerja keuangan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rilla Gantino (2016) memaparkan adanya pengaruh positif signifikan *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel kinerja keuangan yang diprosikan dengan *Return on Equity* (ROE), *Return on Asset* (ROA), dan *Price to Book Value* (PBV). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Kadek Rosiliana, Gede Adi Yuniarta, dan Nyoman Ari Surya Darmawan (2014) memaparkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *Return on Equity* namun berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Return on Asset* dan *Return on Sales*. Terdapat pula pengaruh tidak signifikan antara *Corporate Social Responsibility* dengan *Return on Asset* seperti hasil penelitian yang dipaparkan oleh hasil penelitian Ibnu Dipraja (2014). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lindrawati, Nita Felicia, dan J.Th Budianto T. (2008) memaparkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity*.

Selain penelitian yang membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas, terdapat juga penelitian yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas seperti penelitian yang dilakukan oleh Winnie Eveline Parengkuan (2017) bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja

keuangan khususnya pada perusahaan manufaktur. Hasil penelitiannya pun menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return on Asset* dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Yumiko Setiya Sakti dan Eko Pudjolaksono (2017), dipaparkan bahwa tidak terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return on Asset* dan *Return on Equity* karena nilai $\alpha > 0,05$. Sedangkan pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh secara positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Earning Per Share* dan *profit margin*. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nesa Mantaput dan Arry Widodo (2016) menyatakan hasil penelitian yang serupa bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap *Return on Asset* dan *Return on Equity*. Hal senada juga diungkapkan oleh Lindrawati, Nita Felicia, dan J.Th Budianto T (2008). Bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity*. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Ika Wahyu Winardi (2013) menyatakan bahwa signifikansi *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on Asset*, *Return on Equity* dan *Net Interest Margin* adalah sebesar 7,2%. Hal ini berarti bahwa tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mempengaruhi kinerja keuangan.

Banyaknya hasil yang berbeda dari penelitian terdahulu dalam memaparkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan, membuat peneliti tertarik kembali mengangkat topik yang sama dengan peneliti terdahulu yaitu Rilla Gantino (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh

Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2014”. Ketertarikan peneliti dalam mengambil topik ini karena masih banyak ketidakkonsistenan dari penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan khususnya dalam proksi pengukuran profitabilitasnya. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki perbedaan yaitu terletak dalam pengukuran kinerja keuangan yang lebih lengkap menggunakan rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset*, *Return on Equity*, *Return on Sales*, *Price to Book Value* dan *Net Interest Margin*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka judul yang diangkat oleh peneliti adalah **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2014- 2016)”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap ROA (*Return on Asset*)?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap terhadap ROE (*Return on Equity*)?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap PBV (*Price to Book Value*)?

4. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap ROS (*Return on Sales*)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA (*Return on Investment*)
2. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* terhadap memiliki pengaruh signifikan ROE (*Return on Equity*)
3. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap PBV (*Price to Book Value*)
4. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap ROS (*Return on Sales*)

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini bermanfaat bagi dua pihak, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan suatu kebijaksanaan perusahaan untuk lebih mengimplementasikan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sosialnya dan untuk pihak manajemen di perusahaan dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan yang dipercaya dapat memberikan peningkatan kinerja perusahaannya.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan kajian untuk perkembangan suatu penelitian yang serupa di masa yang akan datang dengan upaya untuk memperbaiki kesalahan-kesalah yang terdapat dalam penelitian ini.

3. Bagi Investor

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan dimana investor harus berinvestasi dengan tepat .

