

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mencantumkan program tanggung jawab sosial kedalam undang-undang namun, terdapat banyak sekali potensi program kualitas tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) yang belum tersentuh di Indonesia contohnya seperti dikota Bandung, menurut hasil riset terbaru selama dua tahun terakhir program tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diwadahi Pemkot Bandung melalui forum tanggung jawab sosial dan lingkungan hanya di ikuti 100 perusahaan dari 4.000 perusahaan yang berada di Kota Bandung. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Universitas Padjadjaran menyatakan bahwa tidak semua perusahaan yang ada di Kota Bandung memahami program kualitas tanggung jawab sosial yang diwadahi melalui forum tanggung jawab sosial dan lingkungan.¹

Kendala yang masih menjadi penyebab kurangnya pemahaman perusahaan terhadap program tanggung jawab sosial diakibatkan oleh masalah biaya, kompetensi sumber daya manusia, distribusi kegiatan serta penentuan target, bentuk kegiatan, adanya masalah perizinan dan regulasi, kurangnya mitra perusahaan, sosialisasi kegiatan, serta pemahaman mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial dan evaluasi di lapangan, dan masih banyak oknum yang melakukan pungutan liar di luar

¹<http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2018/07/24/ribuan-potensi-program-csr-belum-tersentuh-427771>

lapangan. Saat ini Indonesia telah menjadi negara pertama di dunia yang mengatur kegiatan CSR dalam bentuk UU Perusahaan atau Perseroan Terbatas. Dasar CSR yang baik adalah *good corporate governance*, dan kegiatan CSR hanya diwajibkan kepada perusahaan yang telah menghasilkan profit, jika perusahaan belum menghasilkan profit maka CSR tidak diwajibkan untuk perusahaan tersebut (Maria,2016)².

Ada beberapa cara untuk meminimalisir dampak negative dari aktifitas operasional perusahaan contohnya seperti tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan suatu pemahaman terhadap seberapa pentingnya perusahaan dalam bertanggung jawab. *Corporate Social Responsibility* memiliki konsep yang berfokus kepada kesejahteraan *triple bottom line* yang tidak hanya berorientasi untuk mendapatkan profit bagi *shareholder* atau *single bottom line* saja, tetapi CSR juga berfokus kepada hubungan sosial *stakeholder* dan lingkungan alam sekitar dengan harapan dapat membantu peningkatan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan. (Dea Putri Ayu ,2016).

Selain CSR, pengungkapan CSR dapat meningkatkan satu nilai dari perusahaan sebab ada teori dari *stakeholder* menekankan bahwa perusahaan harus mengungkapkan informasi kegiatan CSR dengan maksud mewujudkan rasa tanggung jawab perusahaan kepada pihak *stakeholder* tersebut dinyatakan oleh Dea Putri Ayu (2018) menurut penelitian terdahulu. Pengungkapan CSR dapat diukur melalui *corporate social disclosure index(CSDI)*. CSDI juga diukur melalui nilai *Global report Initiative (GRI)* dalam *sustainability report* yang pernah dinilai oleh *National*

²<https://swa.co.id/swa/trends/business-research/masih-banyak-permasalahan-dalam-pelaksanaan-csr>

Center for Sustainability Reporting (NCSR) yang di bagi dengan banyakna jumlah CSR yang harus di ungkapkan ke dalam industri perusahaan. Semua rekapan ini adalah salah satu bentuk pengungkapan CSR yang timbul dalam *Sustainability Report* perusahaan dengan kriteria indikator GRI dan Standar GRI ini dipilih karena standar ini memiliki fokus standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi , sosial dan lingkungan perusahaan dan memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability report*. (Rafika Anggraini Putri dan Yulius Jogi Christiawan,2015). Terdapat dua jenis konsep CSR menurut T. Romi(2013), yaitu CSR dalam pengertian luas dan CSR dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas berkaitan sangat erat dengan *sustainable economic activity*, keberlanjutan kegiatan ekonomi tidak hanya terkait soal tanggung jawab sosial tetapi menyangkut juga soal akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat, bangsa dan dunia internasional. Sedangkan CSR dalam pengertian sempit dapat dipahami dari beberapa peraturan dan pendapat beberapa ahli CSR memiliki arti sebagai komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya korporasi. *World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan para karyawan serta keluarganya, dan masyarakat sekitar dan pada umumnya guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat. CSR juga merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan dengan segala (*stakeholders*) yang secara langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan

komitmen dari perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan bermaksud untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik untuk perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya menurut Widjaja dan Yani (2006). Pemahaman selanjutnya tentang tanggung jawab sosial didasarkan oleh pemikiran bahwa bukan hanya pemerintah yang menetapkan kebijakan publik (*public policy*), tetapi perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial. Pola CSR juga dapat berkembang dari yang berbentuk *charity principle* kepada *stewardship principle* (Anne, 2005). Berdasarkan *charity principle* kalangan masyarakat mampu memiliki kewajiban moral untuk memberikan bantuan kepada kalangan kurang mampu. Jenis bantuan dari perusahaan ini sangat diperlukan dan penting khususnya pada masa atau sistem negara dimana tidak terdapat sistem jaminan sosial, jaminan kesehatan bagi orang tua, dan tunjangan bagi penganggur. Sedangkan dalam *stewardship principle* korporasi diposisikan sebagai *public trust* karena menguasai sumber daya besar dimana penggunaannya akan berdampak secara *fundamental* bagi masyarakat. CSR bukan saja upaya menunjukkan kepedulian sebuah organisasi pada persoalan sosial dan lingkungan, namun juga dapat juga menjadi pendukung terwujudnya pembangunan yang berhubungan dengan menyeimbangkan aspek ekonomi dan pembangunan sosial yang didasari oleh perlindungan lingkungan hidup.

Ada berbagai alasan yang mendasari perusahaan melakukan pengungkapan sosial salah satunya meningkatkan nama baik perusahaan dengan simpati dari masyarakat, karyawan dan investor, dengan artinya juga profitabilitas yang memiliki arti kemampuan perusahaan dalam mengolah sumber daya perusahaan agar dapat

menghasilkan keuntungan bagi para investor , profitabilitas juga merupakan suatu indikator penting dalam mengukur kinerja keuangan dalam suatu perusahaan Dea Putri Ayu (2018). Ada beberapa tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh setiap perusahaan yang di sebabkan oleh factor yang mempengaruhi pengungkapan CSR itu sendiri faktor itu adalah profitabilitas(Ratna, 2016) . Pengungkapan CSR memiliki hubungan dalam memediasi pengaruh profitabilitas. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan sebuah prestasi atau prestasi kinerja yang sangat baik dengan begitu perusahaan akan mendapatkan banyak perhatian atau sorotan dari stakeholder sehingga meningkatkan kewajiban perusahaan yang terkait dengan kegiatan CSR. Penelitian ini profitabilitas diproksikan dengan ROA, ROE, NPM, PBV. Berikut penjelasan dari beberapa proxy dari profitabilitas *Return on Total Assets (ROA)* dapat menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan sejumlah investasi atau aktiva yang di gunakan untuk menghasilkan keuntungan perusahaan tersebut, dan dapat disimpulkan bahwa seberapa besar pengembalian atas investasi yang dihasilkan oleh perusahaan dengan membandingkan laba usaha dengan *total asset* , maka dari itu semakin besar rasio semakin baik karena semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba . Menurut Munawir (2007, hal 91) *Return On Equity (ROE)* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Sedangkan Menurut Hery (2015) rasio harga terhadap nilai buku atau *price to book value (PBV)* merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat harga saham apakah *overvalued* atau *undervalued*.PBV ditunjukkan dalam perbandingan antara harga saham terhadap

nilai bukunya. PBV digunakan untuk melihat kewajaran harga saham. PBV yang rendah menunjukkan harga sahamnya murah, jika posisi harga saham berada di bawah *book value*, ada kecenderungan harga saham tersebut akan menuju ke keseimbangan minimal sama dengan nilai bukunya. Hal ini berarti harga saham itu berpotensi lebih besar untuk naik, sehingga return yang diterima akan meningkat (Antara, 2007). *Price to Book Value* (PBV) digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. PBV juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. *Net Profit Margin* (NPM) hanya mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat tertentu. Saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Ada berbagai alasan yang mendasari perusahaan melakukan pengungkapan sosial adalah salah satunya untuk meningkatkan nama baik perusahaan termasuk simpati masyarakat, karyawan dan investor, dengan maksud perusahaan akan melaksanakan pengungkapan CSR diharapkan akan mendapatkan citra positif seperti simpati masyarakat dan investor sehingga hal tersebut pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya profitabilitas perusahaan dimasa yang akan datang. Maka dari itu semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi pula pengungkapan CSR (Hadi, 2016). Profitabilitas secara signifikan berpengaruh karena profit yang lebih tinggi mengharuskan perusahaan lebih aktif dalam melaksanakan CSR, dengan kata lain profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. *Stakeholder* akan menginginkan informasi yang terkait kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan, oleh karena itu dapat dinyatakan

bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang akan dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar, hal inilah yang menjelaskan bahwa teori *stakeholder* menjadi dasar teori dari pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring dan Anggraini (2006) mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dan menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR terhadap pengungkapan CSR, berbeda dengan penelitian menurut Hossain dkk (2006) yang menemukan hasil yang berbeda dalam penelitian yang di lakukan dan menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan penelitian ini didukung oleh penelitian oleh Allysa dkk (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan hasil penelitian diduga disebabkan oleh penggunaan satu tahun penelitian pada penelitian sebelumnya. Oleh karena itu penelitian ini akan berfokus pada pengujian pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian terdahulu oleh Savina dan M. Yahdi (2018) yang menyatakan bahwa secara parsial *firm size* dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan bahwa secara *parsial size* dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Penelitian ini didukung dengan penelitian oleh Ari Pamungkas dan Tutik Suswati (2016) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas dan agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap CSR. Secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR dan agresivitas pajak juga tidak berpengaruh terhadap CSR. *Sample* sebanyak 32 observasi dengan metode

nonprobability sampling dan metode pengumpulan data dokumentasi memiliki hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada intensitas pengungkapan CSR, kepemilikan asing tidak berpengaruh pada intensitas pengungkapan CSR, kepemilikan manajemen berpengaruh positif pada intensitas pengungkapan CSR dan *leverage* berpengaruh negatif pada intensitas pengungkapan CSR. Hasil penelitian memberikan dasar bagi manajemen dalam mengambil kebijakan pengungkapan intensitas CSR. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Dea Putri dan Gede (2016) menyatakan bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR dan profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat menjadi mediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berbeda pernyataan dengan hasil penelitian oleh Ni Putu dan Agung (2015) dan didukung penelitian oleh Karina dan Ahmad (2017), pernyataan diatas juga sama dengan hasil pernyataan oleh Rafika dan Yulius (2015) yang sama menyatakan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berlawanan dengan hasil penelitian oleh Aslika dan Willy (2017) yang memperoleh kesimpulan bahwa secara simultan variable independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas dan *sales growth* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, dan didukung oleh dengan penelitian oleh Alyssa dkk (2015) yang berpendapat bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“PENGARUH**

PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY”.

1.2 Rumusan masalah

Rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh *Return On Assets* terhadap *Corporate Social Responsibility* ?
2. Apakah terdapat pengaruh *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility* ?
3. Apakah terdapat pengaruh *Price Book Value* terhadap *Corporate Social Responsibility* ?
4. Apakah terdapat pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* ?
5. Apakah terdapat pengaruh *Return On Assets, Return On Equity, Price to Book Value, Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility* ?

1.3 Tujuan penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Return On Assets* terhadap *Corporate Social Responsibility*
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Return On Equity* terhadap *Corporate Social Responsibility*

3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Price Book Value* terhadap *Corporate Social Responsibility*
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Return On Assets, Return On Equity, Price to Book Value, Net Profit Margin* terhadap *Corporate Social Responsibility*

1.4 Manfaat penelitian

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

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan dan sebagai alternative laporan tentang kegiatan CSR dan juga memberikan gambaran serta saran atau masukan yang berguna untuk evaluasi kegiatan CSR di kemudian hari. Serta memberikan pemahaman kepada dunia usaha tentang pentingnya peran perusahaan bagi masyarakat melalui pelaksanaan CSR.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana ilmu pengetahuan tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, serta untuk mengetahui seberapa luas tentang teori secara nyata dalam dunia

bisnis, sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama. Sebagai alat praktek atas teori-teori yang sudah didapat penulis, sehingga penulis dapat menambah pengetahuan dan pengalaman secara langsung di lapangan.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter, dan dapat dijadikan sebagai informasi relevan dalam pengambilan keputusan ekonomisnya terutama informasi tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Lalu diharapkan dapat meningkatkan pemahaman investor

tentang tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan serta dapat dijadikan bahan acuan untuk membuat keputusan investasi.