

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Masalah sosial telah menjadi pusat perdebatan selama berabad-abad, tetapi baru-baru ini para peneliti, akademisi, dan praktisi mulai mempertimbangkan masalah sosial ini sebagai aspek penting untuk strategi perusahaan yang terkait dengan sistem manajemen yang bertanggung jawab (Wood, 1991). Melalui dampak sosial, perusahaan harus sejalan dengan tujuan bisnis mereka tetapi juga dengan menghasilkan laba, serta mengekspresikan etika bisnis untuk melayani masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah muncul dan berkembang pesat sebagai bidang studi. *Corporate Social Responsibility* telah muncul sebagai pendekatan dan kerangka kerja penting untuk menyikapi peran bisnis dalam masyarakat, menetapkan standar perilaku yang harus dikerjakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi masyarakat secara positif dan efektif sekaligus mematuhi nilai-nilai yang mengecualikan pencarian keuntungan. dengan biaya berapa pun. Bukti empiris menunjukkan bahwa tindakan *Corporate Social Responsibility* mengarah pada kinerja pasar yang unggul (Orlitzky dan Benjamin, 2001; Dabas, 2011)

Perusahaan jelas memahami pentingnya *Corporate Social Responsibility*, dan dampaknya terhadap masyarakat, serta manfaatnya dalam jangka panjang, memadukan praktik *Corporate Social Responsibility* ke dalam strategi bisnis inti mereka secara sukarela. Manfaat yang timbul dari penerapan *Corporate Social Responsibility* ke dalam strategi perusahaan adalah sebagai berikut: sumber leverage

bagi perusahaan, sumber daya yang dinamis dan penting untuk keunggulan kompetitif (Porter dan Kramer, 2006), strategi proaktif untuk bisnis, dan keuangan yang penting dan efektif instrumen pemasaran untuk menghasilkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Maignan dan Ferrell, 2001). Dengan demikian, perusahaan menjadi sadar sepenuhnya tentang keterkaitan mereka dengan masyarakat di mana mereka beroperasi. Dengan kata lain, kelangsungan hidup dan daya saing perusahaan tergantung pada penerimaan mereka untuk memahami bahwa berkinerja baik tidak cukup dan melakukan lebih baik diharapkan lebih dari pengambil keputusan bisnis sebagai manajer perusahaan dan pemegang saham yang mengambil bagian di perusahaan modal sosial (Stroup dan Newbert, 1987)

Manajer dan pemegang saham perusahaan sering dikritik karena tujuan atau ambisi mereka dalam memaksimalkan keuntungan perusahaan terlepas dari efek strategi perusahaan pada pemangku kepentingan (mis. Pemasok, lingkungan, pelanggan, karyawan, dll.) untuk memenuhi tujuan perusahaan. Lebih lanjut, karena para pemangku kepentingan dan investor menuntut agar perusahaan menjadi lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Manajemen puncak menemukan bahwa mereka di bawah tekanan besar untuk mengadopsi *Corporate Social Responsibility* untuk menarik para pemangku kepentingan dan investor tersebut (Berete, 2011). Meneliti hubungan antara kesejahteraan sosial dan profitabilitas perusahaan berulang kali menjadi fokus studi dan penelitian di bidang tanggung jawab sosial. Perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif yang besar dalam memperoleh manfaat ekonomi atau sosial atau keduanya ketika menggunakan kemampuan proses *Corporate Social Responsibility* yang mendukung inisiatif

strategis perusahaan (Sirsly dan Lamertz, 2007). Seperti yang dikemukakan Jenkins (2005), perusahaan tidak hanya fokus pada memaksimalkan keuntungan atau meningkatkan pangsa pasar, tetapi untuk menjadi sadar dan membuat tujuan utama dalam mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efisien sedemikian rupa sehingga nilai perusahaan dimaksimalkan (misalnya nilai merek, nilai gambar, nilai pasar, dll.) yang sebenarnya merupakan strategi *Corporate Social Responsibility*

Sejak diberlakukannya Undang – undang No.40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, kesadaran melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*, di Indonesia mulai berkembang. Undang – undang ini menyatakan bahwa: (a) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (b) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (c) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (d) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. *Corporate Social Responsibility* diharapkan akan mampu menaikkan kinerja perusahaan karena kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat sehingga

masyarakat mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya dari barangnya saja tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan, hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui kinerja perusahaan yang akan meningkat.

Penelitian sejenis mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan telah banyak dilakukan tetapi menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian Suratno et al. (2006) menemukan hasil kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan penelitian Siegel dan Paul (2006) yang menunjukkan bahwa aktivitas *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Fiori et al. (2007) meneliti *Corporate Social Responsibility* terutama yang berkaitan dengan reaksi investor dan memproksi kinerja perusahaan menggunakan *stock price*. Hasil empirisnya menunjukkan *Corporate Social Responsibility* tidak signifikan mempengaruhi *stock price*.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja perusahaan. Adanya hasil yang tidak konsisten dari penelitian-penelitian sebelumnya menyebabkan isu ini menjadi topik yang penting untuk diteliti. Penelitian ini mengacu pada penelitian Liliana Nicoleta Simionescu & Ștefan Cristian Gherghina (2014) dengan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian Liliana Nicoleta Simionescu & Ștefan Cristian Gherghina (2014) karena dalam

penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur yang listing di BEI karena kegiatan usaha perusahaan manufaktur yang sering berkaitan dengan lingkungan. Sampel penelitian yang digunakan yaitu dari tahun 2015-2017, sedangkan penelitian sebelumnya, mengambil sampel tahun 2008-2011. Penelitian acuan masih menggunakan item pengungkapan tanggung jawab sosial yang digunakan, sedangkan penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai dasar item pengungkapan tanggung jawab sosial. Item pengungkapan GRI digunakan karena telah diterima secara global sebagai suatu standar untuk mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, dimana GRI membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Sutantoputra, 2009). Penelitian ini juga menggunakan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi. *Good Corporate Governance* sebagai variabel pemoderasi dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja perusahaan.

Dengan demikian, berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2017**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan yang ditunjukkan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan.
2. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kinerja perusahaan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang mengarah dalam tanggung jawab terhadap lingkungan sosial ini adalah:

1. Manfaat Teoritis:

Diharapkan mampu mengklarifikasi hasil penelitian sebelumnya berkaitan dengan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderating, dan dapat menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis:

- Memberikan kontribusi pemikiran akan pentingnya tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan atas berbagai dampak sosial dan lingkungan. Sehingga dapat dijadikan masukan bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam melakukan tanggung jawab sosial terhadap para stakeholders-nya
- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
- Bagi Institusi terkait dan masyarakat pada umumnya, penelitian ini sebagai wahana dan dalam upaya memahami praktek-praktek corporate social responsibility yang dilakukan oleh stakeholder perusahaan-perusahaan, sehingga dalam materi corporate social responsibility tidak hanya diketahui dari sisi teorinya saja, tetapi pemahaman dalam prakteknya.