

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan suatu kelompok yang di dalamnya terdiri dari banyak orang yang saling bekerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Umumnya sebuah perusahaan berdiri dengan tujuan mencari laba atau untung semaksimal mungkin. Akan tetapi, disamping tujuannya mencari laba atau untung, sebuah perusahaan tentunya memiliki fungsi yang begitu besar bagi masyarakat luas. Di mana perusahaan dan masyarakat dapat dikatakan sebagai suatu pasangan yang tidak dapat terpisahkan karena terdapat hubungan timbal balik antara keduanya.

Perusahaan memiliki pengaruh terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan menjadi tanggung jawab sosial perusahaan. Terkadang demi memaksimalkan keuntungan, perusahaan justru melakukan pelanggaran etika dan pada akhirnya orang yang berada di luar perusahaan sering mendapatkan dampak negatifnya. Hal tersebut perlu diminimalisir dengan melakukan suatu kegiatan yang memberi dampak positif dan dapat menekan biaya kerugian yang ditimbulkan oleh perusahaan, hal ini dapat diperaktikkan dalam lingkup bisnis. Disinilah konsep dan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) perlu direalisasikan.

Pada perusahaan Telekomunikasi Indonesia telah diatur dalam undang-undang Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/04/2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Badan Usaha Milik Negara. Telkom selaku perseroan terbatas Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Terdapat landasan kebijakan perusahaan Peraturan Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Nomor PD.703.000/r.00/H-K200/CDC-A1000000/2021 tanggal 31 Desember 2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sebagai BUMN, Telkom Indonesia berkewajiban untuk mendukung Pemerintah dalam upaya meningkatkan kinerja Program CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

(Hamdani dalam Rafianto, 2016) *Corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab moral perusahaan kepada para stakeholdernya, terutama kepada masyarakat di wilayah sekitar dimana perusahaan beroperasi. Suatu perusahaan dapat dikatakan bertanggungjawab secara sosial apabila perusahaan memiliki visi atas kinerja operasionalnya yang tidak hanya merealisasikan keuntungan perusahaan saja melainkan juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat ataupun lingkungan sosialnya. CSR Menurut (Ardianto dalam Rafianto, 2016) adalah tentang nilai dan standar yang dilakukan berkaitan dengan komitmen dunia usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara lebih luas.

Pelaksanaan kegiatan CSR membutuhkan pemahaman yang baik mengenai kondisi masyarakat disekitar perusahaan. Peran serta masyarakat sangat berpengaruh atas kegiatan CSR yang berhubungan langsung dengan lingkungan sekitar perusahaan hal ini akan berjalan dengan baik ketika

perusahaan melakukan, pertama, memberdayakan masyarakat dalam program pengembangan pasar dan pembentukan citra kepada masyarakat (community development program), sehingga meningkatkan citra positif perusahaan di masyarakat untuk dapat mengembangkan konsep added value chain. Kedua, menetapkan program dengan mendukung pendidikan dasar dan kejuruan, keamanan lingkungan, kesejahteraan masyarakat, kesehatan dan keamanan masyarakat.

CSR memiliki dampak yang baik secara sosial maupun ekonomi. Biaya yang dikeluarkan perusahaan memiliki manfaat meningkatkan kinerja sosial, yaitu meningkatkan legitimasi dan mengurangi biaya complain stakeholder, serta meningkatkan citra perusahaan. Namun terkadang perusahaan menganggap berbeda, tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah kewajiban, bahkan CSR mengandung biaya yang relative besar yang justru mengganggu profitabilitas perusahaan. Namun kelompok bisnis beranggapan bahwa CSR merupakan investasi jangka panjang dan memiliki manfaat dalam meningkatkan image dan legitimasi, sehingga dapat dijadikan basis strategi perusahaan.

Secara umum, CSR adalah kontribusi holistik komunitas bisnis untuk pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari aktivitasnya. Berbagai tekanan terus berlanjut hingga saat ini juga dari otoritas dan pemerintah daerah untuk kesinambungan antara orientasi bisnis dan kepedulian terhadap kondisi sosial dan lingkungan. Tentu saja tekanan yang muncul terkait dengan kepentingan yang beragam di baliknya.

(Ermayanti dalam Restavia, 2013). Kinerja keuangan perusahaan mangacu pada tindakan atas aktivitas keuangan yang disusun berupa laporan keuangan, untuk mengetahui prestasi perusahaan dalam periode tertentu dan bermanfaat untuk berbagai pihak, seperti pihak manajemen, investor, kreditor, banker, pemerintah dan pihak lain yang berkepentingan. Kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu diakaitkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban. Menurut (Helfert dalam Restavia, 2013) kinerja keuangan adalah hasil dari banyak keputusan individu yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Kinerja keuangan digunakan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan di masa lalu.

Kinerja keuangan perusahaan yang menentukan kinerja perusahaan baik atau buruk dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan. Indikator yang sering digunakan investor untuk menilai perusahaan adalah profitabilitas rasio keuangan yaitu ROA (*Return on Asset*) dan ROE (*Return on Equity*). ROA yang merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dengan mamfaatkan aset yang dimiliki, ROA yang negatif disebabkan oleh laba perusahaan dalam kondisi negative. Tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap variabel ROE sebagai proksi dari kinerja keuangan. Hal ini berarti ada dampak produktif yang signifikan antara aktifitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja keuangan perusahaan.

Profitabilitas menjadi penting karena perusahaan bertujuan menghasilkan keuntungan, sedangkan hutang memiliki pengaruh baik ataupun buruk bagi perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan perusahaan harus menghasilkan keuntungan untuk menutupi kewajiban terhadap para pemegang saham dan untuk menghindari pinjaman kepada pihak eksternal demi kelangsungan hidup perusahaan. Dengan demikian semakin perusahaan mempunyai hutang banyak maka akan semakin tinggi resiko perusahaan tersebut dalam membayarkan hutangnya. Rasio *likuiditas* merupakan kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendeknya perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor karena menarik untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan.

Kemampuan Perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayarkan kewajiban jangka panjang menggunakan Rasio *Leverage*. Suatu perusahaan dapat diukur dengan rasio hutang terhadap ekuitas. Perusahaan dapat menggunakan dana yang didapat dari luar perusahaan hal ini akan memberi resiko kepada perusahaan, namun hal ini juga menguntungkan karena perusahaan dapat menambah kegiatan operasional. Leverage dapat diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER). DER merupakan perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri atau ekuitas dalam pendanaan perusahaan. Penelitian dari Najmudinn (2015) menemukan bahwa CSR tidak mempengaruhi *likuiditas*, *leverage*, aktivitas terhadap nilai perusahaan.

Berbagai kajian tentang dampak pelaksanaan kegiatan CSR telah banyak dipelajari baik di Indonesia maupun di negara-negara lain di kawasan

dunia ini. Pelajar, aktivis, pendidik dan banyak penulis lain tampaknya berlomba-lomba menulis artikel dan jurnal tentang topik tanggung jawab sosial perusahaan yang relatif baru saat ini. Mengenai penelitian terdahulu dengan judul yang hampir sama dengan penelitian ini namun dengan tema penelitian yang berbeda. Anggara Satria Putra (2015), yang mempelajari dampak tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan (studi empiris pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Dari tahun 2010 hingga 2013 peneliti menemukan bahwa CSR memiliki dampak positif yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA) untuk perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI. 2) CSR berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE). 3) CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *profitabilitas* perusahaan yang diukur dengan *Net Profit Margin*.

Maka berdasarkan uraian diatas, penulis mengambil judul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”** dengan alasan untuk mengetahui dampak dari tanggung jawab perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam lingkup sosial berdasarkan aspek-aspek yang terkandung dalam *sustainability reporting* yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan sektor Telekomunikasi Indonesia memiliki landasan hukum yang telah diatur oleh kementerian Badan Usaha Milik Negara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur oleh *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan Telekomunikasi Tbk. di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur oleh *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan Telekomunikasi Tbk. di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur oleh *Current Ratio* (CR) pada perusahaan Telekomunikasi Tbk. di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) pada perusahaan Telekomunikasi Tbk. di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka, tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kinerja keuangan perusahaan yang diukur oleh *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan Telekomunikasi Tbk. di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kinerja keuangan perusahaan yang diukur oleh *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan Telekomunikasi Tbk. di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kinerja keuangan perusahaan yang diukur oleh *Current Ratio* (CR) pada perusahaan Telekomunikasi Tbk. di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kinerja keuangan perusahaan yang diukur oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) pada perusahaan Telekomunikasi Tbk. di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

1.4 Manfaat penelitian

a) Bagi perusahaan

Sebagai bahan rujukan agar dapat digunakan sebagai referensi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan yang di sajikan dan tambahan informasi pada perusahaan sebagai pengambilan keputusan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

b) Bagi calon investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada calon investor mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi Tbk.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi maupun rujukan serta menambah pengetahuan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi Tbk.