

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi merupakan aspek penting yang harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya (Fahrizqi, 2010). Perkembangan bisnis menuntut perusahaan untuk mempertahankan usahanya. Hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan dituntut tidak hanya fokus pada perbaikan dan peningkatan kondisi internal namun juga dituntut untuk fokus dalam pengembangan hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholders*. Tanggung jawab sosial perusahaan baik internal maupun eksternal disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (Yaparto dkk, 2013). Jadi, perusahaan dalam menjaga eksistensinya tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya, dimana terdapat hubungan resiprokal antara keduanya.

Menurut Fahrizqi (2010) mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Seperti yang kita ketahui pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo, PT. Freeport di Irian Jaya yang menyebabkan meningkatnya penyakit AIDS, dll. Kejadian tersebut telah membuka mata Indonesia tentang pentingnya CSR. Menurut Ajilaksana (2011) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan sebelum tahun 2007 masih sekedar bersifat sukarela. Sehingga

pada tahun 2007 pemerintah Indonesia mengeluarkan UU Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 tahun 2007 tentang kewajiban perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Jadi pengungkapan CSR merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan seperti yang telah dijelaskan dalam UU PT. No 40 Tahun 2007. Dengan demikian CSR diharapkan dapat memperkecil dampak negatif yang diakibatkan perusahaan pada lingkungan sosial sebagaimana yang telah diwajibkan dalam peraturan Perseroan Terbatas.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual ke konsumen. Sehingga perusahaan manufaktur berpotensi menghasilkan dampak negatif dari kegiatan operasional perusahaan seperti polusi, pencemaran lingkungan, limbah berbahaya, dan lain sebagainya yang akan berdampak pada masyarakat dan lingkungan. Maka dari itu penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian. Hal tersebut dikarenakan perusahaan manufaktur berhubungan langsung dengan masyarakat dan lingkungan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Penelitian Heraldo dan Ekaputra (2011) mengungkapkan bahwa pada *Corporasi Global* terdaftar 600 perusahaan yang mengungkapkan CSR di Tahun 2000, 2.500 perusahaan pada Tahun 2007, dan 4.000 perusahaan pada Tahun 2009. Sedangkan untuk Indonesia terdaftar hanya 18 perusahaan sebelum Tahun 2007. Data di atas menunjukkan pengungkapan CSR di Indonesia masih sangat rendah. Dan secara *Corporasi Global* peningkatan CSR dari tahun ke tahun semakin besar. Hal tersebut menggambarkan bahwa CSR dianggap

penting dan memberikan manfaat bagi perusahaan, sehingga pengungkapan yang dilakukan juga semakin besar.

Menurut Yaparto dkk (2013) mengatakan bahwa investor cenderung berinvestasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik, praktek karyawan yang baik, peduli terhadap lingkungan, dan memiliki tanggung jawab sosial perusahaan dengan *stakeholders*. Dengan demikian CSR dipandang dari dua fungsi yang berbeda oleh perusahaan yaitu satu sisi untuk tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan disisi lain untuk menarik investor (*stakeholders*).

Fachrudin (2011) dalam Novrianti dkk (2012), mengemukakan bahwa kinerja perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keuntungan dari aset, ekuitas, maupun hutang. Kinerja perusahaan menunjukkan prestasi kerja perusahaan. ROA, ROE, EPS, dan *net profit margin* (NPM) merupakan alat ukur kinerja perusahaan yang dapat mengukur profitabilitas yaitu untuk mengetahui laba yang diperoleh oleh perusahaan. Menurut Tetelepta (2011) menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan hal penting karena mencerminkan nilai perusahaan. Apabila kinerja perusahaan baik maka, nilai perusahaanpun juga akan baik, begitu pula sebaliknya. Perusahaan yang mempunyai kinerja yang baik akan menarik investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut.

Penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan bahwa program CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangan yaitu dengan cenderungnya investor berinvestasi pada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Penelitian Fahrizqi (2010) menemukan bahwa pengungkapan CSR perusahaan berdampak positif terhadap profitabilitas

perusahaan. Peneliti Hariyani (2010) menemukan hal yang sama yaitu perusahaan akan lebih *profitable* jika mengungkapkan CSR. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Wijayanti (2012) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR perusahaan akan menambah nilai perusahaan. Riset yang dilakukan oleh Heraldo dan Ekaputra (2011), menemukan bahwa pengungkapan CSR dapat menurunkan *cost of equity capital* perusahaan. Ajilaksana (2011) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada kinerja jangka panjang yaitu melalui penelitiannya tentang CSR terhadap ATO dan *market to book ratio*. Namun tidak sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yaparto dkk (2013), Kurnianto (2011), dan Novrianti dkk (2012).

Return on asset merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur pengembalian atas total aset (Brigham & Houston, 2007:148). Dampak CSR terhadap rasio ini ditemukan dalam riset yang dilakukan oleh Dini dan Indarti (2011) dan penelitian Wijayanti (2012), yang menyatakan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat menambah laba dari total aset yang dimiliki. Dengan demikian program CSR yang dilakukan perusahaan cenderung meningkatkan pengembalian laba atas aset. Perusahaan yang melaksanakan CSR cenderung mendapatkan *image* yang positif di mata masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan produksi yang dilakukan akan semakin baik sehingga aset perusahaan juga semakin meningkat.

Menurut Dini dan Indarti (2011), ROE merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui perusahaan untuk mendapatkan laba dari investasi yang dilakukan oleh pemilik modal. CSR yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat meningkatkan rasio ROE, dan hal tersebut dibuktikan dengan riset yang dilakukan oleh Wijayanti (2011). Modal atau investasi yang ditanamkan

oleh *stakeholders* akan lebih besar dengan melihat CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan program CSR memberikan nilai positif tersendiri dimata investor. Mereka percaya bahwa perusahaan tersebut tidak akan bermasalah dengan masyarakat atau lingkungan sekitar dalam menjalankan bisnisnya, sehingga keuntungan yang mereka dapatkan juga semakin tinggi.

Investor dapat mengukur laba per saham suatu perusahaan dengan alat ukur *earning per share* (Wiagustini, 2010). Menurut Tetelepta (2011) terdapat pengaruh antara CSR terhadap EPS yaitu dapat mengukur nilai suatu perusahaan. Dengan demikian terdapat pengaruh antara pengungkapan CSR perusahaan dengan EPS sebagaimana riset yang dilakukan oleh Tetelepta (2011), hal tersebut dikarenakan perusahaan yang mengungkapkan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Image* yang baik dapat memberikan respon yang positif dari masyarakat yang pada akhirnya diiringi dengan naiknya nilai saham perusahaan tersebut.

Net profit margin merupakan rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba setelah dipotong pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan (Brigham & Houston, 2007). Semakin tinggi *net profit margin*, maka semakin baik profitabilitas suatu perusahaan. Penelitian Hariyani (2010) membuktikan bahwa CSR berpengaruh terhadap profitabilitas dengan proksi ROA, ROE, maupun *net profit margin* (NMP). Pengaruh CSR jelas terlihat pada penelitian ini, yaitu perusahaan akan mendapatkan profitabilitas yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang tidak melaksanakan program CSR. Dengan demikian CSR mempunyai peran penting dalam meningkatkan penjualan perusahaan dengan citra yang baik dimata masyarakatnya.

Dari berbagai uraian di atas, terdapat beragam hasil penelitian sehingga mendorong peneliti untuk meneliti kembali lebih lanjut mengenai pengaruh CSR terhadap keuangan perusahaan. Adapun motivasi dari penelitian ini yaitu beragamnya hasil dari masing-masing penelitian, serta mengetahui dampak dari UU Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 tahun 2007 yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat masih terdapat perbedaan dari hasil-hasil penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja laporan keuangan perusahaan. Maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *return on asset* (ROA)?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *return on equity* (ROE)?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *earning per share* (EPS)?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *net profit margin* (NPM)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji rumusan masalah dan menguji kembali penelitian yang dilakukan oleh Yaparto dkk (2013), adapun tujuan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *return on asset* (ROA).
2. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *return on equity* (ROE).
3. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *earning per share* (EPS).
4. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *net profit margin* (NPM).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi mengenai pentingnya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan sehingga perusahaan semakin meningkatkan pengungkapan CSR.

2. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademika lainnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan.