

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang dilakukan untuk meningkatkan ekonomi, dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikat keluarganya dan juga peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas serta memiliki dampak positif untuk perusahaan juga lingkungan sekitarnya (Hadi, 2011:48). *Corporate Social Responsibility* yang diberikan oleh perusahaan akan diarahkan ke dalam maupun keluar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* ke dalam atau internal, diberikan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan, kepada karyawan karena dengan kerja keras, kontribusi, serta pengorbanan mereka perusahaan dapat menjalankan berbagai aktivitas serta meraih kesuksesan. *Corporate Social Responsibility* keluar dilakukan dengan cara perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat serta memelihara lingkungan bagi kepentingan generasi mendatang (Susanto, 2009:11).

Pertanggungjawaban sosial memiliki prinsip *sustainability* yang mengandung aspek penting dalam kerangka menjaga keseimbangan, baik dilihat dari isi maupun horizon waktu yang didalamnya memasukkan dimensi pembangunan saat ini dengan tidak mengorbankan kemampuan dan kebutuhan generasi muda di masa

mendatang. Eklington (1997) mengemukakan jika sebuah perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P atau dikenal dengan konsep *triple botton line* yang isinya adalah *Profit* sebagai tujuan dari perusahaan, *People* merupakan lingkungan masyarakat yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, *Planet* adalah lingkungan fisik yang merukan tempat dimana perusahaan menopang (Hadi,2011:56). *Corporate Social Responsibility* di Indonesia mulai banyak dibicarakan sejak tahun 2001 dimana perusahaan dan instansi mulai melirik *Corporate Social Responsibility* sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat (Wardhana, 2009).

Pada 20 Juli 2007 pemerintah Indonesia menerbitkan regulasi yang mengatur tentang *Corporate social Responsibility* yaitu Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) disebutkan dalam pasal 74 bahwa pemerintah hanya mewajibkan perusahaan yang menjalankan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam yang melaporkan pertanggungjawaban sosialnya pada laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang tidak berkaitan atau tidak menjalankan usaha dibidang sumber daya alam tidak wajib atau hanya secara sukarela saja dalam pelaporan pertanggungjawaban sosial perusahaannya.

Pada tahun 2012 kembali dikeluarkan regulasi Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 pasal 2 yang menyatakan bahwa setiap perseroan terbatas selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan ini didukung oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam dan LK) No: Kep-431/BL/2012 tentang penyampaiaan laporan tahunan perusahaan untuk tahun buku yang berakhir pada atau setelah tanggal 31 Desember 2012 wajib

memuat tata kelola perusahaan dan tanggungjawab sosial perusahaan (Sugiarto dan Mas'ud, 2016). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang awalnya hanya diwajibkan untuk perusahaan yang berhubungan dengan sumber daya alam dan hanya bersifat sukarela untuk perusahaan yang tidak berhubungan dengan sumber daya alam, karena dikeluarkannya regulasi pemerintah nomor 47 tahun 2012 menjadi wajib untuk seluruh perseroan terbatas agar menyampaikan pertanggungjawaban sosialnya pada laporan tahunan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* yang semula bersifat *voluntary* (suka rela) ditingkatkan menjadi *Corporate Social Responsibility* yang bersifat *mandatory* (wajib) (Sindhudipta dan Yasa, 2013).

Indonesia Business Council for Sustainable Development (IBCSd) sebuah organisasi yang didirikan tahun 2011 untuk mempromosikan pembangunan yang berkelanjutan melalui pertumbuhan ekonomi, keseimbangan ekologi dan sosial perwakilan dunia yang di inisiasi oleh enam perusahaan besar di Indonesia yaitu Bank Negara Indonesia, Bakrie Telekom, Medco Power Indonesia, Garuda Indonesia, Holcim Indonesia dan PT. Riau Andalan Pulp & Paper meyakini bahwa tindakan yang baik dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang perlu mendapatkan dukungan empiris yang memadai (<http://www.ibcsd.or.id/id>). Dalam perspektif *sustainability*, *corporate social responsibility* adalah sebuah bentuk kontribusi perusahaan terhadap pembangunan yang berkelanjutan sebagaimana dinyatakan dalam *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah komitmen organisasi bisnis

untuk berkontribusi dalam pembangunan yang berkelanjutan (Jamali dan Mirzhak, 2006).

Manfaat yang diperoleh perusahaan dari aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukannya adalah Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan citra perusahaan dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan. Kedua, *Corporate Social Responsibility* dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Ketika perusahaan diterpa kabar miring atau perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat akan mudah memahami dan memaafkannya. Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar. Keempat, *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan secara konsisten akan memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dan *stakeholder* nya. Kelima, meningkatkan penjualan. Sesuai dalam riset *Roper Search Worldwide* bahwa konsumen akan lebih menyukai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggungjawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik. Keenam, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya (Susanto, 2009:14).

Menurut Loko (2011) dalam Putra (2015) penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan akan mendatangkan legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangan dalam jangka panjang. Manfaat yang diperoleh

perusahaan dari penerapan *Corporate Social Responsibility* secara berkelanjutan adalah profitabilitas dan kinerja keuangan, sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh para investor dalam melakukan kegiatan investasi dan digunakan untuk mengidentifikasi perusahaan yang mempunyai keberhasilan dalam periode tertentu. Pada proses pengambilan keputusan, investor tidak hanya mempertimbangkan informasi keuangan perusahaan saja, tetapi juga mempertimbangkan informasi *Corporate Social Responsibility* yang diungkap perusahaan dalam laporan tahunannya, ini dikarenakan baik atau buruknya kinerja perusahaan tidak cukup hanya dilihat dari besarnya laba yang dihasilkan (Faizah dan Priyadi, 2014).

Dampak dari tidak diterapkannya *Corporate Social Responsibility* adalah dikenakannya sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Putra, 2015). Sanksi pidana mengenai pelanggaran *Corporate Social Responsibility* terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPH) Pasal 41 ayat (1) yang isinya adalah seorang ataupun sekelompok orang yang melanggar hukum dengan merusak lingkungan hidup atau pencemaran akan diancam hukuman penjara maksimal 10 tahun dan denda maksimal Rp.50.000.000,00. Selanjutnya adalah pasal 42 ayat (1) yang menyatakan seorang atau sekelompok orang yang lalai dan melakukan perbuatan pencemaran dan perusakan lingkungan akan diancam hukuman penjara maksimal 3 tahun dan denda maksimal Rp.100.000.000,00.

Dampak masa depan untuk perusahaan-perusahaan yang memiliki reputasi buruk akibat tidak melakukan *Corporate Social Responsibility* akan mengalami

peningkatan biaya-biaya khususnya biaya yang timbul sebagai hukuman sosial seperti sabotase, demonstrasi, kerusakan lingkungan dan sebagainya (Juniarti; 2016). Banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak mampu memberikan dampak positif dari kegiatan operasinya untuk masyarakat dan cenderung memberikan dampak negatif atas kegiatan operasi dari perusahaanya (Putra, 2015). Contoh kasus yang berdampak negatif bagi masyarakat adalah kasus lumpur Lapindo yang terjadi di daerah Sidoarjo, pencemaran Teluk Buyat oleh PT. Newmont Minahasa Raya dan kasus pencemaran yang dilakukan oleh PT. Freeport Indonesia yang dinilai tidak memenuhi batas limbah air dan mencemari biota laut (Sindhudipta dan Yasa, 2013).

Penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* telah banyak dilakukan dengan variable bebas yang beragam. Penelitian oleh Hidayati dan Murni (2009), Vijaya (2012), Wulandari dan Wirajaya (2014) yang menguji *Corporate Social Responsibility* dengan harga saham dan *Earnings Response Coefficient* yang diukur dengan *Abnormal Return* dengan sampel penelitian seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI dan tahun penelitian yang beragam menemukan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap *Abnormal Return*. Penelitian Fahlichin dan Handayani (2011) menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Abnormal Return* dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel pemoderasi tahun 2008-2010 dengan hasil *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Abnormal Return* sedangkan untuk pengujian *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi

didapati hasil bahwa *Good Corporate Governance* tidak mampu memperkuat hubungan positif antara *Corporate Social Responsibility* dengan *Abnormal Return*.

Penelitian oleh Riswari (2012) menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel *moderating* pada perusahaan publik non finansial di BEI tahun 2008-2009 menemukan hasil *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Good Corporate Governance* mampu memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah tahun penelitian diperbarui yaitu periode 2013 hingga 2015. Penelitian yang dilakukan oleh Yulia dan Wahidahwati (2013) yang menguji *Corporate Social Responsibility* terhadap *Abnormal Return* pada perusahaan manufaktur tahun 2009-2011 menemukan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Abnormal Return*. Penelitian yang dilakukan oleh Sitorus, Munthe dan Kusasi (2015) yang menguji tentang pengaruh laba dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2012-2014 menemukan hasil bahwa laba berpengaruh negatif signifikan terhadap reaksi pasar namun pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap reaksi pasar.

Penelitian ini akan kembali menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan variabel bebasnya adalah *Abnormal Return*. Variabel *Abnormal Return* digunakan karena peneliti ingin melihat manfaat dari diterapkannya *Corporate Social Responsibility* dalam jangka panjang dan berkelanjutan, berbeda

jika diuji dengan profitabilitas yang hanya berlaku dalam waktu satu periode saja. Penambahan variabel moderasi *Good Corporate Governance*, yang akan diuji untuk memperkuat atau memperlemah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen penelitian. Diteliti pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tahun penelitian dimulai dari 2013 hingga tahun 2015. Diteliti pada perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur dalam proses produksi perusahaan membawa limbah yang dapat mencemari lingkungan sekitar, selain itu perusahaan manufaktur juga mudah terpengaruh oleh dampak eksternal dan internal perusahaan. Tahun penelitian diperbarui yaitu dari tahun 2013 hingga tahun 2015, dipilih tahun 2013 karena pada tahun sebelumnya yaitu 2012 terdapat regulasi Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 pasal 2 yang mewajibkan seluruh perseroan terbatas melakukan pertanggungjawaban sosial dan melaporkannya pada laporan tahunan perusahaan. Periode penelitian diperpanjang yaitu 3 tahun karena penelitian sebelumnya kebanyakan hanya diteliti selama 2 tahun.

Motivasi penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* perlu dilakukan perusahaan untuk menghindari dampak negatif dari aktifitas perusahaan, teori-teori *Corporate Social Responsibility* banyak menyebutkan kaitan *Corporate Social Responsibility* dengan reaksi investor pada penelitian ini diukur dengan *Abnormal Return*, serta penambahan *Good Corporate Governance* sebagai variabel *moderating* untuk memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan reaksi investor yang diukur dengan *Abnormal Return*. Berdasarkan uraian diatas peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengungkapan**

***Corporate Social Responsibility* terhadap *Abnormal Return* Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2013-2015)”.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Abnormal Return*?
- 2) Apakah *Good Corporate Governance* mampu memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Abnormal Return*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Menguji pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Abnormal Return*.
- 2) Menguji *Good Corporate Governance* sebagai variabel yang memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan *Abnormal Return*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

- 1) Bagi Perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya *Corporate Social Responsibility* atau pertanggungjawaban sosial

perusahaan yang diungkapkan pada laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dari perusahaan untuk pengambilan keputusan dan kebijakan pada lingkungan sosial. Selain itu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang luas harus menjadi pertimbangan perusahaan karena hal ini dapat meningkatkan citra atau nama baik perusahaan yang nantinya akan membuat investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaannya karena informasi tersebut dianggap sebagai good news oleh investor.

- 2) Bagi Investor, dapat memberikan wacana baru dan pertimbangannya bahwa dalam berinvestasi aspek sosial juga perlu diperhatikan selain aspek ukuran moneter.
- 3) Bagi Masyarakat, sebagai pengawas yang proaktif dan pengontrol tindakan sosial perusahaan yang berhak didapatkan oleh masyarakat.
- 4) Bagi lembaga yang membuat peraturan, hasil penelitian dapat digunakan sebagai pengukur keberhasilan dari peraturan yang dibuat dan diterapkan oleh pihak-pihak yang dituju.