

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Corporate social performance atau kinerja sosial perusahaan merupakan penilaian kinerja perusahaan terkait dengan pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap berbagai *stakeholder*. *Stakeholder* perusahaan dapat didefinisikan sebagai kelompok atau individu yang memiliki hubungan dan kepentingan terhadap perusahaan seperti investor, kreditor, pelanggan, pemasok, pemerintah, lembaga masyarakat, dan lingkungan. Istilah Kinerja sosial perusahaan/*Corporate Social Performance* (CSP) mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks : The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, karya John Elkington yang diterbitkan tahun 2008, menurutnya CSP mengembangkan tiga komponen penting bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*economic sustainable development*), yakni Pertumbuhan Ekonomi (*economic growth*), perlindungan kepada lingkungan (*environmental protection*), dan modal sosial (*social equity*), yang digagas *the World Commission on Environment and Development* (WCED) (Kholis, 2016).

Konsep *Triple Bottom Line* Elkington adalah konsep berpengaruh yang telah membantu berbagai agenda tanggung jawab sosial perusahaan. Konsep tersebut mendorong penilaian kinerja perusahaan secara keseluruhan berdasarkan 3P yaitu: *People*, *profit*, dan *planet*. ketiganya merupakan pilar yang mengukur kinerja sosial perusahaan dengan tiga kriteria, yaitu: ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Sesuai dengan konsep *Triple Bottom Lines*, maka dunia bisnis di era modern ini tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang hanya berpijak pada aspek keuangan saja, tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan untuk mewujudkan keberlanjutan perusahaan. Serangkaian fenomena nasional dan internasional yang terjadi pada beberapa perusahaan mengimplikasikan dengan jelas bahwa pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan dapat memengaruhi perlakuan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut. Sebagai contoh yaitu kasus pemenuhan tanggung jawab sosial yang buruk yang pernah terjadi pada PT. Sinar Mas. Penolakan penggunaan minyak sawit dari PT. Sinar Mas yang dilakukan oleh beberapa perusahaan dengan alasan dugaan adanya perusakan hutan tropis yang membahayakan kehidupan satwa, mengurangi kemampuan penyerapan karbon dioksida yang merupakan salah satu penyebab utama perubahan iklim global yang lebih dikenal dengan *global warming*. Burger King dalam siaran persnya seperti dikutip *Dow Jones Newswire*, Jumat (3/9), memutuskan untuk menghentikan pembelian minyak kelapa sawit yang diproduksi Sinar Mas dan anak usahanya terkait seruan Greenpeace dalam kampanyenya bahwa Sinar Mas telah melakukan kerusakan lingkungan di Kalimantan dalam memproduksi minyak sawit. Perusahaan-perusahaan besar lainnya juga turut memboikot minyak sawit dan produk lain dari Sinar Mas diantaranya: Nestle, Kraft, Cargil, Unilever, dan Carrefour. Kasus tersebut menyebabkan kerugian besar pada PT. Sinar Mas karena banyak perusahaan mitra telah melakukan pemutusan kontrak dengan PT. Sinar Mas disebabkan anak perusahaan tersebut dinilai telah merusak hutan dan

lingkungan. (Sumber: <https://akuindonesiana.wordpress.com/> diposting 3 September 2010)

Selanjutnya yaitu kasus dari luar negeri, perusahaan Timberland yang merupakan salah satu produsen pakaian dan sepatu *outdoor* juga didera hal yang sama (*Harvard Business Review*, September 2010). Pada 1 Juni 2009, Jeff Swartz, menerima *e-mail* dari 65 ribu aktivis dan pelanggan yang marah. Mereka menuduh Timberland membeli materialnya dari hutan yang ditebang secara ilegal di Amazon. Logo perusahaan yang menunjukkan pohon dapat bermakna ikut melestarikan alam, tetapi berbeda dalam kenyataannya. Agar tetap mendapatkan legitimasi sosial, pihak manajemen Timberland mengajak diskusi perwakilan Greenpeace dan aktivis untuk memberikan solusi. Setelah diskusi dilakukan antara manajemen, aktivis, dan *Supplier* maka diperoleh jalan keluar. Dalam kesepakatan tersebut, tercapai tuntutan utama yaitu kesediaan *supplier* mengurus sertifikasi kepeduliannya pada kelestarian hutan ketika melakukan penebangan hutan. (Sumber: SWA.co.id, diposting 19 Oktober 2010)

Kasus lain juga terjadi pada perusahaan Dongguan Shinyang Electronics yang merupakan salah satu *supplier* produk samsung yang berpusat di China. Pada tahun 2014 manajemen Samsung memberikan pernyataan resmi bahwa mereka menghentikan sementara hubungan dengan pemasok setelah samsung mendengar bahwa mitranya menggunakan anak-anak sebagai pekerja pada divisi perakitan. Tidak berhenti disitu, apabila pihak berwajib menemukan bukti kebenaran tuduhan tersebut maka manajemen akan melakukan sikap tegas dengan

mengakhiri hubungan bisnis secara permanen. (Sumber: www.bbc.com, diposting 14 juli 2014)

Dikutip dari situs Liputan6.com, Google merupakan perusahaan dengan kinerja sosial terbaik. Dunia bisnis telah melihat bagaimana raksasa teknologi tersebut kebal dari yang namanya krisis reputasi. Menurut *chief reputation officer* Stephen Hahn-Griffiths dari *Reputation Insitute*, google masih menjadi pilihan sebagai tempat kerja, karena dipandang sebagai tipe perusahaan yang ‘tidak berbuat jahat’, Google merupakan perusahaan yang memberikan kesempatan setara bagi semua orang, selain itu Google juga dikenal sebagai perusahaan yang peduli terhadap pegawainya, jelas Stephen. Seiring dengan kinerja sosial yang baik, Google merupakan perusahaan besar yang sukses membangun reputasi publik dengan baik di dunia. (Sumber: www.liputan6.com, diposting 22 oktober 2018)

Kasus diatas menunjukkan bahwa perusahaan yang tidak memenuhi tanggung jawab sosialnya mendapatkan apresiasi negatif dari *stakeholder*, yang kemudian dapat memperburuk citra perusahaan dimasyarakat dan mengganggu kinerja keuangan perusahaan akibat pemutusan kontrak kerja dari mitra bisnis dan *supplier*, serta ketidakpuasan dan protes dari pelanggan . Sebaliknya, perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial yang baik akan mendapatkan apresiasi positif dari *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan *stakeholder theory* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri serta hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya yang dalam hal ini terdiri atas

pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain. Jadi, dapat dikatakan bahwa keberadaan dan keberlangsungan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Eipstein dan Freedman (1994), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Namun saat ini, informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus sudah dilaporkan dalam laporan yang terpisah dengan laporan tahunan melalui sarana yang dikenal dengan nama laporan keberlanjutan atau *sustainability report*. Menurut Elkington (1997) *sustainability report* berarti laporan yang memuat tidak saja kinerja keuangan tapi juga informasi nonkeuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan dapat bertumbuh secara berkesinambungan.

Dikutip dari majalah CSR, *Country Program Manager* GRI di Indonesia, Bob Eko Kurniawan menjelaskan bahwa ada desakan dari investor khususnya investor dari luar agar perusahaan yang sudah terbuka (*listed company*) membuat laporan keberlanjutan. Investor luar sudah mulai terdidik dalam hal keberlanjutan dan akan mengutamakan program keberlanjutannya, barulah mereka mau menanamkan uangnya (Sumber: <https://majalahcsr.id/> diposting 30 oktober 2017).

CSP menjadi sangat penting akhir-akhir ini karena banyaknya investor yang mulai tertarik dengan *sustainability report* yang memuat informasi tentang kinerja sosial perusahaan. Melalui informasi yang diungkapkan didalam *sustainability report*, dapat dilihat bagaimana kontribusi perusahaan untuk

masyarakat serta kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan bagaimana sebuah perusahaan dapat menjalankan usahanya tanpa merusak lingkungan. Dengan program keberlanjutan yang transparan didalam pengungkapan *sustainability report*, maka perusahaan akan lebih mudah mendapatkan investor, reputasi perusahaan juga akan lebih baik sehingga investor akan lebih tertarik terhadap perusahaan tersebut. Selain itu, Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan baik akan mendapatkan berbagai respon positif dari *stakeholder*, seperti loyalitas kerja dari karyawan, lebih mudah mendapatkan persetujuan dari masyarakat dalam kegiatan operasi perusahaan, kepercayaan dari pelanggan serta diterimanya produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* akan dipersepsikan oleh para pelanggan bahwa produk yang dihasilkan perusahaan telah aman dikonsumsi dan ramah lingkungan, membuat para pelanggan memilih untuk terus menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan (Waddock & Graves, 1997).

Berbeda makna dengan CSR, CSP merupakan penilaian kinerja sebuah perusahaan dilihat dari peran sosial (CSR) yang dimainkannya ditengah masyarakat. Semakin sebuah perusahaan mengimplementasikan CSR dan komponen terkait dengan baik, maka CSP perusahaan tersebut akan semakin terangkat (Maharani, 2015). Standar pelaporan penyusunan CSR pertama kali dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan organisasi non-pemerintah yang mengembangkan pedoman penyusunan *sustainability report* yang struktur pelaporannya di adopsi oleh beberapa negara di dunia.

Pedoman penyusunan laporan keberlanjutan yang dikembangkan oleh GRI mulai diadopsi oleh Indonesia sejak tahun 2005.

Berbagai penelitian terkait *corporate social performance* atau kinerja sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Ahmad (2015) pernah melakukan penelitian tentang pengaruh kinerja sosial dan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan, penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat dampak kinerja lingkungan dan sosial terhadap kinerja keuangan secara bersamaan. Dengan kata lain, variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sehingga bisa disimpulkan, semakin baik kinerja lingkungan dan sosial maka semakin baik pula kinerja keuangannya. Penelitian lainnya dilakukan oleh Isnaeni dkk (2019), penelitian tersebut menunjukkan bahwa *corporate social performance* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Eduardus dan Juniarti (2016), dan Weber (2017), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dari kinerja sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan. Disisi lain, penelitian Xie dan Wang (2017) menunjukkan hasil yang berbeda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh langsung kinerja sosial perusahaan terhadap kinerja ekonomi. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan perusahaan lebih banyak akumulasi modal sosial. Penelitian Sadeghi et al (2016) juga mengungkapkan bahwa CSP indikator pelanggan memiliki dampak negatif pada ROA perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengikuti langkah-langkah penelitian Isnaeni dkk (2019) yang dijadikan

sebagai penelitian acuan. Sesuai dengan penelitian tersebut, CSP diukur menggunakan kriteria GRI dan kinerja keuangan diproksikan dengan ROA. Pada penelitian sebelumnya menggunakan kriteria GRI G4, sedangkan pada penelitian ini menggunakan kriteria GRI yang terbaru yaitu GRI standards agar penelitian ini menjadi lebih *up to date*.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di *Asia Sustainability Reporting Rating 2018*. *Asia Sustainability Reporting Rating* merupakan kegiatan penganugerahan penghargaan yang diprakarsai oleh NCSR kepada lembaga yang berhasil mengkomunikasikan kinerja keberlanjutan kepada *stakeholder* melalui laporan berkelanjutan dengan baik. *National Centre for Sustainability Reporting* (NCSR) adalah organisasi independen pertama yang memperkenalkan istilah “laporan keberlanjutan” di Indonesia. Partisipan yang terdaftar dalam *Asia Sustainability Reporting Rating 2018* merupakan perusahaan-perusahaan yang memiliki kriteria menyusun *sustainability report* pada tahun 2017 sesuai pedoman GRI G4 dan GRI standards, serta dijamin oleh pihak ketiga (CSRA). *Certified Sustainability Reporting Assurer* (CSRA) adalah individu yang dapat menjamin laporan keberlanjutan perusahaan sesuai dengan standar AA1000AS yang ditetapkan oleh *Accountability*.

Alasan peneliti menjadikan *Asia Sustainability Reporting Rating* sebagai populasi dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan sampel perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* sesuai GRI standards yang digunakan sebagai ukuran untuk mengukur variabel CSP, serta untuk memudahkan mendapatkan

laporan tahunan perusahaan satu tahun kedepan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA), agar dapat diperoleh bukti empiris untuk mengetahui pengaruh *corporate social performance* (CSP) terhadap kinerja keuangan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul “***Pengaruh Corporate Social Performance (CSP) Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Menerbitkan Sustainability Report Sesuai Standar Global Reporting Initiative)***”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Corporate Social Performance* (CSP) mempengaruhi perlakuan *stakeholder* pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* sesuai standar *Global Reporting Initiative*?
2. Apakah *Corporate Social Performance* (CSP) memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* sesuai standar *Global Reporting Initiative*?
3. Apakah *Corporate Social Performance* (CSP) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* sesuai standar *Global Reporting Initiative*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah sangat penting agar ruang lingkup permasalahan yang diteliti terarah dan tidak meluas, maka peneliti membatasi penelitian ini pada masalah pengaruh *corporate social performance* (CSP) terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* sesuai standar GRI. *Corporate social performance* (CSP) diukur menggunakan kriteria GRI standards. Kemudian kinerja keuangan diproksikan dengan ROA. Perusahaan yang diteliti pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di *Asia Sustainability Reporting Rating* 2018.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Apakah *corporate social performance* (CSP) berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* sesuai standar *Global Reporting Initiative*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan bukti empiris adanya pengaruh secara signifikan antara *corporate social performance* (CSP) terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* sesuai standar *Global Reporting Initiative*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta pemahaman mengenai pengaruh *corporate social performance* (CSP) terhadap kinerja keuangan pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* sesuai standar GRI.

2. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur dan referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang dapat memberikan bukti empiris yang membantu dalam mengembangkan kajian mengenai pengaruh *corporate social performance* (CSP) terhadap kinerja keuangan.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi perusahaan dalam memahami pentingnya CSP serta pengaruhnya terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat meningkatkan pemahaman serta kesadaran perusahaan dalam meningkatkan kinerja sosial perusahaannya guna meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

4. Bagi universitas

Menambah referensi di perpustakaan UNIMED serta menambah pengetahuan dan informasi pembaca khususnya mahasiswa program studi akuntansi dalam penelitian yang sejenis.