

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial perusahaan memegang peranan yang penting karena perusahaan berada dalam lingkungan masyarakat dimana setiap aktivitas perusahaan tersebut memiliki dampak terhadap lingkungan sosialnya, sehingga setiap perusahaan seharusnya mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sebagai kontribusi terhadap masyarakat sosial dan lingkungannya. Dalam hal ini, tanggung jawab sosial lahir dari kesadaran pihak perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara sukarela (*voluntary*) sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan sosial. Informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan di laporkan dalam laporan tahunan perusahaan. Informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan interaksi perusahaan dengan lingkungannya. Tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) atas berbagai aktivitas perusahaan. Tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sosial dan lingkungan disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pelaksanaan tanggung jawab sosial dapat dilakukan melalui penggunaan sumber daya alam dan atau sumber daya manusia secara efisien untuk menghasilkan barang dan jasa dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini semakin mengarahkan perusahaan untuk

tidak hanya memperhatikan kepentingan pemegang saham (*shareholder*) tetapi sudah menekankan kepentingan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan ini terdiri dari pemegang saham (*shareholders*), kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat dan analis.

Banyak perusahaan yang berdiri saat ini dengan tujuan untuk memaksimalkan laba tanpa memperhatikan dampak dari setiap aktivitas bisnisnya telah mengakibatkan ketidakseimbangan di lingkungan perusahaan. Perusahaan cenderung memihak pada kepentingan pemilik modal (*shareholder*) dengan memaksimalkan penggunaan sumber daya alam yang ada tanpa memperhitungkan dampak dari aktivitas bisnis tersebut. Sama seperti yang dikatakan oleh akuntansi konvensional bahwa pemilik modal adalah pihak yang paling berkuasa dalam aktivitas bisnis.

Tingkat kehidupan ekonomi yang semakin tinggi diikuti dengan kemajuan teknologi di kalangan dunia usaha, telah membawa dampak positif bagi dunia investasi dan kemakmuran masyarakat Indonesia, namun banyak perusahaan yang hanya berfokus pada kegiatan ekonomi dan produksi saja (keuntungan material) sehingga jarang memperhatikan kondisi masyarakat sosial dan lingkungan. Eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, polusi udara, polusi air dan tanah, serta berbagai ketidaknyamanan tenaga kerja merupakan dampak negatif dari kurangnya perhatian terhadap lingkungan sosial.

Keberlanjutan (*sustainability*) sebuah bisnis dewasa ini tidak cukup hanya fokus pada tingkat kepentingan *shareholders* (pemegang saham), tetapi harus mengarah pada konsep *Triple-P bottom line* yang terdiri dari Profit (keuntungan),

Planet (bumi), dan People (masyarakat). Sebaiknya ketiga hal ini berjalan selaras yaitu pencapaian profit yang tinggi harus tetap diimbangi dengan pelestarian lingkungan dan menghindari eksploitasi tenaga kerja secara berlebihan. Suatu bisnis yang dijalankan dengan hanya berfokus pada kesehatan finansialnya tidak akan menjamin pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan tersebut (Djarmiko, 2006 dalam Yuliana dkk, 2008). Hal ini juga merupakan dasar pemikiran bahwa setiap perusahaan yang melakukan aktivitas bisnis harus memperhatikan *stakeholder* yaitu semua pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan tersebut.

Menurut Keraf (2005:124) ada beberapa alasan yang dapat dijadikan dasar bagi keterlibatan perusahaan dalam berbagai kegiatan sosial tersebut yaitu:

1. Perusahaan dan seluruh karyawannya adalah bagian integral dari masyarakat setempat. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat diwujudkan dari partisipasi perusahaan untuk terlibat dalam meningkatkan kemajuan dan kebaikan bagi masyarakat tersebut.
2. Perusahaan telah diuntungkan untuk mendapat hak untuk mengelola sumber daya alam yang sudah ada dalam lingkungan masyarakat sehingga keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial merupakan balas jasa kepada masyarakat.
3. Tanggung jawab sosial perusahaan melalui kegiatan sosial memperlihatkan komitmen perusahaan untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan yang merugikan masyarakat luas.

4. Keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat dengan melakukan tanggung jawab sosial akan menciptakan kondisi yang bersahabat antara masyarakat dan perusahaan.

Kotler dan Nancy (2005) dalam Anggusti (2010) menyebutkan bahwa setidaknya ada enam opsi untuk “berbuat kebaikan” (*Six Option For Doing Good*) sebagai inisiatif sosial perusahaan yang dapat ditempuh dalam rangka implementasi CSR.

1. *Cause Promotion*, dimana sebuah perusahaan dapat memberikan dana atau kontribusi lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atas suatu isu sosial tertentu, atau dengan cara mendukung pengumpulan dana partisipasi dan rekrutmen sukarelawan untuk aksi sosial tertentu.
2. *Cause related marketing*, suatu perusahaan berkomitmen untuk berkontribusi atau menyumbang sekian persen pendapatannya dari penjualan suatu produk tertentu miliknya untuk isu sosial tertentu.
3. *Corporate sosial marketing*, perusahaan dapat mendukung perkembangan atau pengimplementasian kampanye untuk merubah cara pandang maupun tindakan guna meningkatkan kesehatan publik , keamanan, lingkungan, maupun kesejahteraan masyarakat.
4. *Corporate philantropy*, perusahaan dapat secara langsung memberikan sumbangan biasanya dalam bentuk tunai ,pendekatan ini sekaligus merupakan implementasi tanggung jawab sosial yang tradisional.
5. *Communiti voluntering*, perusahaan dalam hal ini dapat mendorong dan mendukung pegawainya, mitra bisnis maupun para mitra waralabnya menjadi sukarelawan di organisasi-organisasi kemasyarakatan lokal.
6. *Socially responsible business practices*, dapat dilakukan perusahaan dengan mengadopsi dan melakukan praktek-praktek bisnis dan investasi yang dapat mendukung isu-isu sosial guna meningkatkan kelayakan masyarakat (community well-being) dan juga melindungi lingkungan.

Di Indonesia pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UU. PT) pasal 74 bab V ayat (1) ,(2), (3) dan (4) disebutkan bahwa setiap perusahaan yang bergerak dalam usaha yang mengelola sumber daya alam wajib untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan dianggarkan sesuai kewajaran dan kepatutan yang

berlaku dan diatur oleh peraturan pemerintah sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial ini bersifat *mandatory* bagi setiap perusahaan.

Pada bab IV undang-undang No. 40 tahun 2007 bagian kedua pasal 63 (2) poin c yang mengatur tentang *financial performance* (kinerja keuangan) yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini juga merupakan pedoman dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Dalam undang-undang tersebut disebutkan bahwa di dalam laporan tahunan perusahaan harus dimuat laporan keuangan tahunan yang terdiri atas sekurang-kurangnya neraca akhir tahun buku yang bersangkutan dengan perbandingan dengan tahun buku sebelumnya, laporan laba rugi dari tahun buku yang bersangkutan, laporan arus kas dan laporan perubahan equitas, catatan atas laporan keuangan, laporan mengenai kegiatan perseroan, laporan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan, rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang mempengaruhi kegiatan usaha perseroan, laporan mengenai tugas pengawasan yang dilaksanakan oleh dewan komisaris selama tahun buku yang bersangkutan, nama anggota direksi dan anggota dewan komisaris gaji dan tunjangan bagi anggota direksi dan gaji atau honorarium dan tunjangan bagi dewan anggota komisaris untuk tahun yang bersangkutan. Salah satu dari laporan ini yaitu laporan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan dan dipublikasikan kepada *stakeholder* dan *shareholder*.

Kinerja keuangan merupakan salah satu indikator bagi investor sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan ekonomi dan merupakan salah satu cara untuk melihat kondisi suatu perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan

merupakan prestasi manajemen yang diukur dari sudut keuangan. Ukuran kinerja keuangan yang lazim digunakan perusahaan adalah analisis liquiditas, solvabilitas, profitabilitas, aktivitas, pertumbuhan dan analisis penilaian, dan ukuran kebangkrutan.

Penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas sebagai proksi dari kinerja keuangan. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan sekaligus memberikan tingkat efektivitas manajemen perusahaan. Menurut Kasmir (2012:199) rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah : 1) profit margin, 2) *return on investment* (ROI), 3) *return on equity* (ROE), 4) laba per lembar saham. Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE). Kurnianto dan Prastiwi (2009) menyatakan ROE merupakan suatu alat utama bagi investor untuk menilai kelayakan suatu saham. ROE merupakan perbandingan antara laba perusahaan dengan total equitas selama satu tahun terakhir. Dengan demikian ROE merupakan ukuran profitabilitas perusahaan yang menggambarkan prestasi manajemen dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total equitas. Prihadi (2008) dalam Kurnianto dan Prastiwi (2009) juga memberikan pandangan tentang esensi ROE sebagai alat ukur kinerja keuangan yang baik karena ROE dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) melalui modal sendiri, efisiensi perusahaan mengelola asset dalam menghasilkan pendapatan atau keuntungan bagi perusahaan (asset managemen) serta hutang yang dipakai perusahaan untuk melakukan usaha (*Financial Leverage*).

Beberapa peneliti terdahulu telah berhasil membuktikan adanya hubungan positif antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) perusahaan dengan kinerja keuangannya. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Purnomo dan Widianingsih (2011). Penelitian ini menggunakan CSR sebagai variabel moderating. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pengungkapan kinerja lingkungan dan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *net profit margin*. Candra Indrawan (2011) pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI pada tahun 2007 dengan menggunakan CSR sebagai variabel independen, kinerja perusahaan sebagai variabel dependen serta leverage, ukuran perusahaan, resiko sekuritas dan growth sebagai variabel kontrol. Kinerja perusahaan diukur dengan kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) dan kinerja pasar perusahaan yang diproksikan dengan *Cumulative Abnormal Return* (CAR). Hasil dari penelitian tersebut adalah CSR dan *leverage* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hutabarat (2012), dalam penelitiannya CSR digunakan sebagai variabel independen dan profitabilitas yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* (NPM). Hasil penelitiannya menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas (NPM) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Namun ada juga penelitian yang menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan. Iqbal et al, (2012) yang melakukan penelitian di negara Pakistan dengan menggunakan perusahaan dari sektor tekstil, sektor kimia dan sektor tembakau

yang terdaftar di Karachi Stock Exchange (KSE). Di Indonesia penelitian tentang pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan ini diteliti oleh Budi Cahyono (2011) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan maupun kinerja pasar. Kurnianto dan Prastiwi (2009) dalam penelitiannya yang berjudul “ Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan” menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE (ukuran kinerja keuangan) perusahaan satu tahun mendatang. Penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak menentukan profitabilitas yang akan diperoleh perusahaan satu tahun mendatang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnomo dan Widianingsih (2011), Danu Candra Indrawan (2011), Hutabarat (2012), Iqbal et al, (2012), Budi cahyono (2011), dan Kurnianto dan Prastiwi (2009) terdapat *gap* antar penelitian terdahulu. Hal ini merupakan fenomena yang menarik perhatian peneliti. Penelitian ini ingin membuktikan apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROE dengan menggunakan *Size* Perusahaan sebagai variabel moderating. Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari Danu Candra Indrawan (2011). Perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. Periode Penelitian

Indrawan menggunakan data penelitian pada periode 2007. Dalam penelitian ini , peneliti menggunakan data penelitian dari tahun 2010-2011 dengan alasan tingkat kesadaran perusahaan untuk mengungkapkan

tanggung jawab sosial sudah lebih merata sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 40 tahun 2007.

2. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating sementara Indrawan menggunakannya sebagai variabel kontrol. Dasar penggunaa *Size* perusahaan sebagai variabel moderating pada penelitian ini sejalan dengan penelitian Fauzi dkk (2007) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Performance* (CSP) dan *Corporate Financial Performance* (CFP).

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai: **“Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan *Size* Perusahaan sebagai Variabel Moderating”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi masalahnya adalah:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi kinerja keuangan Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

3. Apakah *Size* Perusahaan berpengaruh terhadap hubungan langsung antara Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah analisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan *Return On Equity* serta pengaruh *Size* perusahaan (total aset) terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2010-2011.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2011?
2. Apakah *size* perusahaan berpengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2011?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah tersebut di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan membuktikan tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan *Return on Equity* (ROE)
2. Mengetahui dan membuktikan tentang pengaruh *Size* perusahaan terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi kepada pihak akademisi sebagai bahan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan.

2. Bagi Pemerintah/Regulator

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sangat rendah. Kontribusi penelitian kepada pemerintah/regulator adalah supaya

membentuk panduan pengungkapan *corporate social responsibility* yang jelas dan terpadu pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Bagi Pihak Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *return on equity* perusahaan manufaktur. Sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* mungkin hanya dipandang sebagai pencitraan sehingga tidak menarik perhatian investor. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi manajemen perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya yang pada akhirnya akan menarik perhatian investor serta para pemangku kepentingan lainnya.