

BAB I

PENDAHULUAN

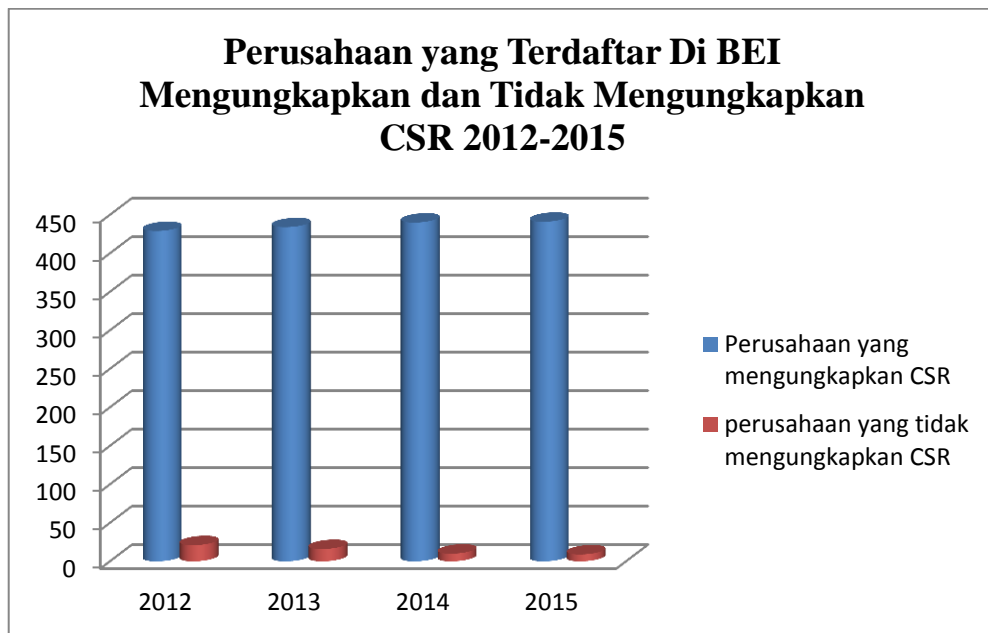
I.1 Latar Belakang

Kegiatan bisnis terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Nur dan Denies 2012). *Corporate social responsibility* mengacu pada konsep bahwa bisnis memiliki tanggungjawab atas kepentingan masyarakat yang lebih luas, tidak hanya kepentingan keuangan organisasi semata (Sen, 2011). Keberadaan perusahaan diharapkan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat, dari aspek ekonomi perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam perolehan keuntungan semata tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Seluruh perusahaan berbagai sektor bisnis di Indonesia sebagian besar mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan sebagian besar di Indonesia merupakan motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan lingkungan sekitar perusahaan, selain usaha terhadap perbaikan lingkungan perusahaan juga berpartisipasi didalam pengabdian masyarakat, seperti memberi pekerjaan kepada masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan tingkat pendidikan masyarakat dan pelayanan kesehatan (Subiantoro dan Titik 2015). Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* telah menjadi salah satu sarana untuk menjamin keberlanjutan bagi perusahaan konsekuensi sosial dan lingkungan yang ada untuk saat ini dan masa datang telah menjadi salah satu faktor pertimbangan baru dalam

pengambilan keputusan investasi oleh investor selain faktor keuangan (Lindawati dan Marsela 2015).

Gambar 1.1
Grafik Pengungkapan *corporate social responsibility*



Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*, tetapi ada beberapa perusahaan yang belum mengungkapkan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan dampak kegiatan operasional perusahaan yang ditimbulkan secara tidak langsung mengubah sudut pandang perusahaan. *Corporate social responsibility* tidak lagi dipandang sebagai biaya yang dapat menurunkan laba, namun sebagai investasi untuk dapat meningkatkan citra baik di mata masyarakat sehingga dapat meningkatkan laba (Krisna dan Novryns 2016). Program *corporate social responsibility* merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana

biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*) (Nur, 2015).

Program *corporate social responsibility* juga merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka kondisi itu akan menimbulkan resistensi masyarakat. Komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan bangsa dengan memperhatikan aspek finansial atau ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) itulah yang menjadi isu-isu utama dari konsep *corporate social responsibility* (Subiantoro dan Titik 2015).

Kinerja perusahaan adalah suatu prestasi yang di capai oleh perusahaan dalam periode tertentu yang merupakan hasil proses kerja yang terjadi dalam periode tersebut, dengan adanya *corporate social responsibility* maka secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja perusahaan dimana kinerja perusahaan merupakan sebagai penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (Siregar dan Dwi 2017). Perusahaan dengan kinerja yang baik akan menghasilkan laba yang maksimal sehingga memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, kinerja perusahaan juga memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keuntungan dari aset, ekuitas maupun hutang salah satu ukuran kinerja perusahaan di hitung dengan *Economic Value Added* (EVA) dan *Return On Equity* (ROE) Dupont.

Economic value added (EVA) mengukur perbedaan tingkat pengembalian antara modal perusahaan dengan biaya modalnya hubungan kinerja perusahaan yang di ukur dengan EVA terhadap *corporate social responsibility* (CSR),

perusahaan yang menghasilkan EVA yang positif menandakan perusahaan tersebut berhasil menciptakan nilai bagi pemilik modal karena perusahaan mampu menghasilkan tingkat penghasilan melebihi biaya modal, semakin baik nilai EVA maka semakin banyak informasi sosial yang di ungkapkan. Perusahaan dengan nilai EVA yang positif berarti perusahaan sangat memperhatikan kesejahteraan sosial dan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga akan berdampak pada kinerja perusahaan. Hasil penelitian (Novian, 2013) dengan judul penelitian pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *economic value added* (EVA) pada perusahaan manufaktur dan pertambangan menunjukkan hubungan yang positif antara *corporate social responsibility* terhadap *economic value added* (EVA), berbeda dengan penelitian (Amini dan Amiri 2015) yang berjudul *The Effect of Social Responsibility on Financial Performance of Companies* menunjukkan tidak ada hubungan antara *corporate social responsibility* dan *economic value added* (EVA).

Return On Equity (ROE) Dupont menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan keuntungan bagi pemegang saham. Semakin tinggi return maka semakin baik karena berarti deviden yang dibagikan atau ditanamkan kembali sebagai laba ditahan juga akan semakin besar, hubungan antara *return on equity* (ROE) Dupont dan *corporate social responsibility* adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Jadi, *return on equity* (ROE) menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Dewi dan Priyadi 2013). Hasil penelitian (Mustafa dan Nur 2014) yang berjudul pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja

keuangan perusahaan manufaktur, menunjukkan bahwa *return on equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, berbeda dengan penelitian (Herry dan Stefanus 2014) yang berjudul Analisis Perbedaan Tingkat Profitabilitas Sebelum Dan Sesudah Pengungkapan (*Corporate Social Responsibility*) Pada Perusahaan Dalam Industri Pertambangan Dan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, hasil hasil *return on equity* (ROE) menunjukkan tidak terjadinya perbedaan sebelum mengungkapkan dan setelah mengungkapkan *corporate social responsibility*.

Di Indonesia, praktik *corporate social responsibility* telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini dilatar belakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, penyalahgunaan investasi dan lain-lain. Selain itu penelitian (Setianingsih dkk, 2014) menyatakan bahwa kinerja perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Pemilihan sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia oleh peneliti dikarenakan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah ada sejak awal berjalan. Alasan lainnya adalah karena perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia lebih banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berbagai kasus mengenai pencemaran lingkungan, penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, menyebabkan isu ini menjadi topik yang penting untuk diteliti. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti **“Analisis Kinerja Perusahaan Yang Mengungkapkan Dan Tidak Mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*”**

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan tersebut permasalahan utama penelitian ini memfokuskan pada pengungkapan *corporate social responsibility* karena tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan untuk memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas-aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan, maka perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja perusahaan sebelum mengungkapkan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.
2. Bagaimana kinerja perusahaan setelah mengungkapkan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini dapat terarah dan memberikan hasil yang maksimal, maka penelitian mengarahkan dan memfokuskan penelitian sesuai dengan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1.3.1 Ruang Lingkup Objek

Dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitiannya objek yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.3.2 Ruang Lingkup Subjek

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan).

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Ruang lingkup tempat penelitian ini yaitu Bursa Efek Indonesia melalui penelusuran data sekunder di www.idx.co.id

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian

Ruang lingkup waktu penelitian dalam penelitian ini selama 3 bulan dimulai dari bulan november 2017 sampai bulan pebruari 2018.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kinerja perusahaan sebelum mengungkapkan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2016.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kinerja perusahaan setelah mengungkapkan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2016.

I.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Investor dan Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang gambaran laporan *corporate social responsibility* sebagai pertimbangan keputusan berinvestasi di suatu perusahaan bagi investor dan calon investor.

1.5.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai tambahan informasi dalam pengembangan penelitian yang akan dilakukan.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Dapat dijadikan sumber informasi terkait kegiatan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan perusahaan dan mengetahui sejauh mana kegiatan *corporate social responsibility* telah dilakukan oleh perusahaan.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisikan kerangka penulisan penelitian tiap bab adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian, dan penjelasan tentang *corporate social responsibility* pada perusahaan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori dan konsep yang mendukung penelitian dan berkaitan dengan kerangka pikir bagaimana kegiatan penelitian dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, periode pengamatan, dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, Mahasiswa mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya fisiknya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada bab II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan / rancangan / model / alat / teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat uraian hasil analisis yang diperoleh berkaitan dengan landasan teori yang relevan dan pembahasan alternatif solusi untuk menjawab permasalahan sesuai dengan kompetensi di bidang keilmuan masing-masing

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi daftar buku-buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian orang lain, dan bahan-bahan yang dijadikan referensi dalam penelitian skripsi.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi data yang dapat mendukung atau memperjelas pembahasan atau uraian yang dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Data-data tersebut dapat berbentuk gambar, tabel formulir, ataupun *flowchart*.