

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam melaksanakan aktivitas operasi, perusahaan dituntut untuk dapat membuat pertanggung jawaban kepada para *stakeholders* dengan memperhitungkan tindakan sosial, lingkungan, dan ekonomi, yang sering disebut dengan *triple bottom line*. Bentuk pertanggung jawaban perusahaan yaitu dengan membuat laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pelaporan CSR umumnya menggunakan media *sustainability report*, namun tidak menutup kemungkinan menggunakan media komunikasi lainnya seperti *annual report* atau website perusahaan. Laporan tersebut berguna bagi para *stakeholder* dalam melakukan pengambilan keputusan, khususnya investor dalam membuat keputusan untuk berinvestasi disuatu perusahaan. Dengan adanya CSR yang baik, maka citra perusahaan juga akan baik yang kemudian juga akan dapat meningkatkan investasi perusahaan. Peningkatan citra tanggung jawab secara sosial dapat memberikan perbedaan citra dan akan meningkatkan loyalitas pelanggan (S.-B. Kim & Kim, 2016). Menanggapi hal tersebut, maka CSR telah menjadi prioritas yang tidak bisa dihindari oleh para pemimpin bisnis didunia termasuk Indonesia.

CSR diartikan sebagai bentuk representasi dari semua inisiatif perusahaan yang telah diberikan kebebasan dalam mengambil keputusan secara mandiri dengan mempertimbangkan kebijakan pemerintah dan *stakeholder* terkait lainnya (Buallay dkk., 2020). Banyak yang mempercayai bahwa inisiatif CSR dilakukan untuk kepentingan pribadi. Namun, pada kenyataannya, terdapat alasan mengapa perusahaan harus melaksanakan program CSR yaitu karena adanya tuntutan *stakeholder* sebagai bentuk pertanggungjawaban atas aktivitas operasi yang dilakukan oleh perusahaan. Untuk menanggapi hal tersebut, perusahaan diharapkan dapat menyusun strategi dan mengimplementasikannya kepada masyarakat untuk memberi kepercayaan mengenai bisnis yang kompetitif. Yang tentunya masih dapat

memenuhi tuntutan masyarakat yaitu dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai imbalan atas adanya inisiatif CSR perusahaan.

Saat ini CSR telah menjadi topik populer dikalangan penelitian, terbukti dengan meningkatnya jumlah publikasi penelitian CSR yang terus meningkat diseluruh dunia. CSR telah memiliki sejarah panjang yang berkembang seiring dengan perkembangan bisnis yang mengarah pada kebutuhan masyarakat yang muncul terbukti dengan banyaknya praktek CSR dan penelitian mengenai CSR terutama dinegara-negara maju seperti negara Barat (Rahman, 2011). Seperti penelitian Islam dkk. (2020) yang melakukan penelitian tentang CSR yang membahas mengenai dampak CSR terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menemukan bahwa CSR mempengaruhi loyalitas pelanggan yang terkait dengan reputasi perusahaan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan. Sama halnya dengan penelitian tersebut, Shou dkk. (2020) juga melakukan penelitian mengenai dampak CSR terhadap penjualan kredit dimana penelitian ini menghasilkan sebuah temuan yaitu CSR memiliki hubungan U (garis lengkung) terhadap penjualan kredit di Cina. Namun untuk kelonggaran keuangan dan ukuran perusahaan secara negatif memoderasi hubungan antara CSR dengan penjualan kredit.

Penelitian lain yang membahas mengenai CSR juga terjadi di Malaysia, Pakistan, Spanyol, dan negara lainnya. Kraus dkk. (2020) telah melakukan penelitian tentang pengaruh CSR terhadap kinerja lingkungan dengan menggunakan data dari 297 perusahaan manufaktur terbesar di Malaysia. Penelitian ini menemukan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja lingkungan, tetapi berkorelasi positif dengan strategi lingkungan dan inovasi hijau yang secara signifikan memediasi antara CSR dan kinerja lingkungan. Selain itu, di Paskitan juga telah dilakukan penelitian CSR oleh Lu dkk. (2020) yang menggunakan model piramida Carrolls sebagai gambaran dari CSR pada kinerja UKM Pakistan. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi piramida memiliki hubungan positif pada kinerja organisasi UKM jika ditangani dengan benar dalam strategi inovasi masing-masing. Sedangkan untuk negara Spanyol, penelitian dilakukan oleh Martínez dkk., (2020) yang meneliti mengenai faktor utama yang mempengaruhi *electronic word*

of mouth (eWOM) pada CSR melalui media sosial *facebook*. Penelitian ini menemukan bahwa nilai informasi, kepercayaan dan pengungkapan diri *facebook* berdampak positif terhadap eWOM.

Selain penelitian-penelitian tersebut, banyak juga penelitian yang membahas tentang CSR terhadap *financial performance*. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Arendt & Brettel (2010) yang menguji hubungan CSR dengan identitas, citra, dan kinerja perusahaan. Hasil yang ditunjukkan dalam penelitian ini yaitu CSR memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. CSR sangat berguna dalam membangun identitas perusahaan karena kemampuannya untuk melakukan daya tarik citra perusahaan dan dengan demikian akan berdampak pada peningkatan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan (Arendt & Brettel, 2010). Hasil yang sama ditunjukkan dalam penelitian Mahmood dkk. (2020) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan berbasis pasar. Artinya, pengungkapan CSR dan kinerja keuangan dalam akuntansi memiliki hubungan secara langsung dan positif. Oleh karena itu, dalam penelitian ini ditekankan bahwa kinerja keuangan memiliki keterkaitan kuat dengan akuntansi melalui implikasi persepsi CSR untuk mendapatkan keuntungan perusahaan.

Dalam penelitian Lin dkk. (2009) juga menemukan hal yang sama yaitu CSR memiliki hubungan terhadap kinerja keuangan karena akan menawarkan keuntungan fiskal jangka panjang yang sangat besar namun CSR tidak memiliki hubungan terhadap kinerja keuangan jangka pendek. Penelitian lain yang dilakukan Maqbool & Hurrah (2020) juga menghasilkan temuan yang sama yaitu CSR memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan dimasa sekarang dan dimasa depan. Lebih lanjut, penelitian ini juga menjelaskan bahwa hanya dimensi sosial yang memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan masa depan. Hasil tersebut sesuai dengan *slack resources theory* yang menunjukkan bahwa CSR adalah sebuah area kebijaksanaan manajerial yang tinggi dan bergantung pada sumberdaya surplus perusahaan (Maqbool & Hurrah, 2020). Penelitian lain mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan juga terjadi di Indonesia, yaitu

penelitian Gantino (2016) yang juga menghasilkan temuan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.

Berbeda dengan sebelumnya, penelitian Crisóstomo, Freire, dan Vasconcellos (2011) yang menguji hubungan CSR dengan *firm performance* dengan mempertimbangkan nilai perusahaan dan kinerja keuangan pada pasar berkembang di Brazil. Penelitian tersebut, menghasilkan temuan bahwa CSR memiliki hubungan negatif terhadap nilai perusahaan dan tidak memiliki hubungan terhadap *financial performance*. Penelitian ini menjelaskan bahwa tidak ada efek CSR terhadap kinerja keuangan karena CSR pada dasarnya hanya merupakan kegiatan sosial. Hal tersebut juga bertentangan dengan prediksi *slack resources theory* yang menyebutkan bahwa tindakan sosial dari perusahaan Brazil hanya akan terjadi jika arus kas masuk berlebih.

Sama halnya dengan penelitian tersebut, penelitian lain yang dilakukan oleh Buallay dkk. (2020) juga menghasilkan tidak terdapat hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan pada negara Mediterania. Pada penelitian ini menyebutkan bahwa CSR memiliki dampak negatif signifikan terhadap kinerja operasional dan nilai pasar yang artinya investor tidak akan membayarkan premium saham untuk perusahaan yang mengungkapkan informasi non keuangan lebih banyak. Hasil ini berbeda dari banyak penelitian sebelumnya yang dilaksanakan dinegara-negara non-Mediterrania yang menemukan bahwa CSR adalah alat untuk menghasilkan keunggulan kompetitif dan untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Buallay dkk., 2020). Penelitian dari Uyar dkk. (2020) juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan didalam penelitiannya dimana penelitian ini menguji apakah kinerja CSR dapat meningkatkan kinerja keuangan di industri perhotelan dan pariwisata.

Diantara beberapa penelitian tersebut, peneliti menemukan masalah yaitu munculnya hasil yang tidak konsisten diantara satu penelitian dengan penelitian lainnya dimana inkonsistensi yang dimaksud berupa ada yang memunculkan hasil signifikan positif dan tidak signifikan. Peneliti memperkirakan bahwa terdapat 2 hal yang menyebabkan hasil yang tidak konsisten tersebut. Pertama, karena adanya jangka waktu yang diperlukan CSR untuk meningkatkan *financial performance*

perusahaan. Dan yang kedua yaitu adanya faktor lain yang dapat membuat hubungan antara CSR dengan *financial performance* menjadi semakin kuat atau semakin lemah.

Perlunya jangka waktu bagi CSR untuk meningkatkan *financial performance* perusahaan adalah karena CSR sebagai masalah sosial memiliki kepentingan yang sama dengan faktor pasar dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang, maka dari itu CSR layak untuk mendapatkan perhatian yang sama dan analisis yang cermat yang telah dicurahkan dimasa lalu bagi lingkungan pasar (Lin dkk., 2009). Selain itu banyak faktor – faktor lain yang menyebabkan CSR penting dalam meningkatkan *financial performance* perusahaan dimasa depan yaitu *research and development* (R&D), profitabilitas, dan pengembalian pemegang saham dalam jangka panjang.

Sebagaimana diungkapkan sebelumnya oleh peneliti, inkonsistensi hasil penelitian juga dapat disebabkan oleh variabel moderasi persaingan pasar. Dalam hal ini, persaingan pasar dapat memperkuat hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan. Bisa memperkuat karena semakin ketat persaingan didalam pasar maka investor akan benar-benar melihat apa keunggulan dari setiap perusahaan sehingga CSR itu dipandang sangat bagus. Oleh karena itu, jika persaingan pasar tinggi maka perubahan sedikit saja akan memiliki pengaruh yang sangat besar. Seperti penelitian dari Long dkk. (2020) yang menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan hanya jika persaingan pasar tinggi. Namun, peneliti juga menyadari adanya kemungkinan lain dalam peranan persaingan pasar pada pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan. Hal ini disebabkan, pasar yang memiliki tingkat persaingan tinggi akan cenderung membuat segala strategi yang memiliki kesempatan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menyadari akan dampak positif dari CSR, perusahaan dalam pasar dengan persaingan tinggi akan secara umum menerapkan CSR yang baik. Hal ini membuat pelaporan CSR bukan menjadi hal yang unik dan bernilai tambah bagi masyarakat, karena hal tersebut dilakukan oleh seluruh perusahaan.

Berdasarkan hal-hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP *FINANCIAL PERFORMANCE* DENGAN PERSAINGAN PASAR SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena penelitian ini mencoba meneliti lebih dalam mengenai pengaruh CSR terhadap *financial performance* dengan mempertimbangkan jangka waktu serta peranan kondisi persaingan pasar di Indonesia. Selain itu, penelitian ini dilakukan di Indonesia pada seluruh sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) kecuali sektor keuangan.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *financial performance* perusahaan dan apakah persaingan pasar dapat memperkuat hubungan keduanya. Hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan *financial performance* sudah banyak diteliti diseluruh dunia. Seperti pada penelitian Arendt & Brettel (2010) menemukan bahwa CSR memiliki hubungan positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. CSR cenderung memperkuat hanya pada beberapa tindakan kinerja organisasi yaitu organisasi kecil dan besar, organisasi produk dan layanan, dan organisasi dengan anggaran pemasaran tinggi dan rendah. Selanjutnya pada penelitian Mahmood dkk. (2020) juga menghasilkan temuan yang sama yaitu hubungan positif signifikan antara CSR dan kinerja perusahaan khususnya kinerja keuangan. Penelitian ini menemukan bahwa hubungan kinerja dengan CSR dapat dilihat dengan menganalisis dampak langsung dari beberapa indikator kinerja keuangan seperti persepsi, pasar, dan akuntansi.

Lin dkk. (2009) yang menemukan bahwa CSR memiliki hubungan signifikan positif terhadap kinerja keuangan jangka panjang karena akan meningkatkan keuntungan fiskal yang besar bagi perusahaan dalam jangka panjang, namun CSR tidak memiliki hubungan signifikan pada kinerja keuangan jangka pendek. Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajer praktik karena dengan

melakukan kegiatan CSR akan mendorong ekonomi yang kuat dalam kondisi tertentu untuk menghasilkan keuntungan dan melayani masyarakat.

Long dkk. (2020) menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Perusahaan menggunakan CSR sebagai rencana strategis untuk membedakan diri dari pesaing dan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dimana strategi CSR sangat efektif bagi perusahaan yang beroperasi di industri yang sangat kompetitif.

Menurut Sindhudiptha & Yasa (2013) *financial performance* tidak mampu memediasi hubungan antara CSR dengan *firm value*. Terdapat faktor-faktor yang menyebabkan hal tersebut, yaitu karena proksi ROA yang tidak mampu untuk memberikan gambaran mengenai *profit* perusahaan yang sebenarnya serta terdapat arus kas bersih yang masuk dalam perhitungan kinerja keuangan perusahaan yang menyebabkan ROA tidak mampu memediasi hubungan CSR dengan *firm value*.

Namun, Crisóstomo dkk. (2011) menghasilkan temuan hubungan tidak signifikan antara CSR dengan kinerja keuangan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemangku kepentingan tidak sepenuhnya sadar akan kegiatan CSR yang ada di Brazil. Efek positif CSR bagi perusahaan mungkin ditemukan pada negara maju karena kegiatan CSR merupakan konsekuensi dari proses jangka panjang aksi sosial perusahaan, namun di negara berkembang seperti Brazil, kegiatan CSR memerlukan waktu lebih lama yang membuat perusahaan akan rentan akan kesulitan keuangan.

Dari beberapa penelitian diatas terjadi kesenjangan diantara penelitian karena temuan yang tidak konsisten. Peneliti memperkirakan terdapat dua faktor yang menyebabkan hasil tidak konsisten tersebut, yaitu dibutuhkan jangka waktu yang diperlukan CSR untuk meningkatkan *financial performance* dan adanya faktor yang memoderasi hubungan CSR dan *financial performance* yaitu persaingan pasar.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh bukti secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *financial performance* perusahaan.

2. Untuk memperoleh bukti secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *future financial performance* perusahaan.
3. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *financial performance* perusahaan dengan persaingan pasar sebagai pemoderasi.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian asosiatif karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yaitu untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *financial performance* dengan persaingan pasar sebagai variabel moderasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda dan uji korelasi pearson yang diproses dengan menggunakan perangkat lunak STATA 14.0.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian serta analisa yang telah dilakukan terhadap 198 perusahaan sebagai sampel dari seluruh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019 dan yang menerbitkan laporan berkelanjutan (sustainability report) menunjukkan hasil bahwa hanya CSR dibidang ekonomi yang memiliki pengaruh signifikan positif terhadap financial performance sedangkan pada corporate social responsibility (CSR) secara keseluruhan berpengaruh signifikan positif terhadap future financial performance sehingga perusahaan diharapkan untuk melakukan dan mengungkapkan CSR secara keseluruhan untuk mendapatkan manfaat bagi kinerja keuangan dimasa depan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa persaingan pasar dapat memperkuat hubungan antara CSR dibidang ekonomi dengan financial performance.

1.6 Kontribusi Riset

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Dapat digunakan manajemen sebagai pertimbangan agar lebih memperhatikan faktor jangka waktu dan faktor lingkungan eksternal berupa persaingan pasar dalam melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) agar dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.
2. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai ada tidaknya interaksi persaingan pasar dalam hubungan antara CSR dengan *financial performance*.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar dan referensi bagi peneliti selanjutnya dimasa mendatang mengenai pengembangan penelitian dibidang kegunaan CSR terhadap *financial performance* perusahaan terutama dengan mendalami faktor jangka waktu dan faktor lingkungan eksternal berupa persaingan pasar.

1.7 Uji Ketahanan (*Robustness*)

Hasil pengujian penelitian ini lolos uji ketahanan dimana uji ketahanan yang digunakan adalah uji linier berganda dengan *cluster approach*.

1.8 Sistematika Penulisan

Skripsi ini dibahas dalam lima bab yang saling berkaitan dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang penelitian, kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, ringkasan metode penelitian, ringkasan hasil penelitian, kontribusi riset, dan uji ketahanan serta sistematika penulisan skripsi yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *financial performance* dengan persaingan pasar sebagai variabel moderasi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan mengenai teori yang digunakan sebagai dasar terkait dengan variabel-variabel yang diteliti seperti teori signaling, *corporate social*

responsibility, *financial performance*, dan persaingan pasar. Didalam bab ini juga dijelaskan mengenai hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan, kerangka konseptual, dan hipotesis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan dan jenis pendekatan penelitian, sumber data, sampel dan populasi, model empiris, definisi operasional variabel, serta teknis analisis data dengan menggunakan Analisis Statistik Deskriptif, *Pearson Correlation*, dan Analisis Linear Berganda.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil dan pembahasan penelitian yang diperoleh melalui analisis data, selain itu didalam bab ini juga dijelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian serta deskripsi hasil penelitian. Dari analisis data yang dilakukan akan diperoleh jawaban atas rumusan masalah dan dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak.

BAB 5 KESIMPULAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan serta memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat yang bermanfaat bagi pembaca.