

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Topik mengenai tanggung jawab sosial atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi perbincangan hangat di berbagai kalangan, khususnya di bidang ekonomi. Terdapat banyak sudut pandang yang berbeda mengenai pemahaman CSR, baik mengenai definisi, penerapan maupun pengaruhnya. Banyak pula pertanyaan yang sering muncul manakala manajemen perusahaan berusaha menemukan pentingnya penerapan aktivitas tanggung jawab sosial ke dalam strategi dan kebijakan perusahaan yaitu apakah tanggung jawab sosial memiliki pengaruh terhadap profitabilitas? Apakah tanggung jawab sosial menjadi sebuah keuntungan kompetitif bagi perusahaan atau hanya sebagai pemborosan biaya? Apakah tanggung jawab sosial justru mengurangi laba dan mengurangi minat investor dalam berinvestasi di suatu perusahaan? Perusahaan seperti apakah yang wajib melakukan tanggung jawab sosial? Dan apakah aktivitas tanggung jawab sosial harus dilakukan secara berkelanjutan? Pertanyaan – pertanyaan inilah yang mendasari para akademisi dan komunitas bisnis untuk mencari jawaban lebih jauh mengenai konsep tanggung jawab sosial.

Konsep mengenai tanggung jawab sosial berkembang pada awal abad ke-20 di Amerika, di mana dalam perkembangannya perusahaan diharapkan untuk

memiliki kepedulian dan melaksanakan kewajiban kepada para pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Konsep tanggung jawab sosial muncul sebagai bukti realita bahwa pada dasarnya karakteristik alami dari perusahaan adalah meraih keuntungan semaksimal mungkin dan kurang memperhatikan alam sekitar.

Darwin (2004) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. *World Business Council for Sustainable Development* merupakan suatu lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 dan beranggotakan lebih dari 120 multinational company yang berasal dari 30 negara mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkesinambungan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

Saat ini, pengambilan keputusan ekonomi yang hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, sudah tidak relevan lagi. Kinerja keuangan yang ditandai dengan keberhasilan perusahaan dalam memaksimalkan laba tentu akan memicu kenaikan harga saham dan minat investor tetapi hal tersebut hanya efek jangka pendek saja. Perusahaan yang memposisikan keuntungan atau laba yang diperoleh sebagai tujuan utama perusahaan tanpa mempertimbangkan peran tanggung jawab sosialnya bagi masyarakat dan lingkungan tidak akan bisa tumbuh. Meraih keuntungan yang tinggi tanpa mempertimbangkan konsep

keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan adalah kesalahan fatal, sebab perusahaan didirikan tidak hanya untuk meraih keberhasilan dalam jangka pendek.

Profitabilitas yang baik tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Terdapat faktor-faktor lain yang turut serta mempengaruhi pertumbuhan perusahaan. Hal yang perlu di pertimbangkan selain kinerja keuangan adalah kinerja sosial dan lingkungan. Jika perusahaan tidak memperhatikan bagaimana pengaruh dari dimensi sosial dan lingkungan, akan timbul gejoak mengenai keberadaan perusahaan di kalangan masyarakat, serta tidak tercapainya perusahaan yang berkesinambungan.

Laporan keuangan tahunan merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk pengungkapan informasi sosial dan lingkungan perusahaan.

Dalam PSAK No 1 (Revisi 2004) paragraf 9 dinyatakan bahwa :

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan nilai tambah ( value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor – faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan keuangan.

Eipstein dan Freedman (1994) dalam Anggraini (2006), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Dalam gagasan CSR, perusahaan tidak lagi hanya berpijak pada prinsip *single bottom line* saja yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam keuangannya saja. Tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*. Konsep *triple bottom lines* dikemukakan oleh Jhon Elkington yang merupakan pengembangan dari tiga komponen penting

*sustainable development* yaitu *economic growth*, *enviromental protection* dan *social equity*.

Keberadaan perusahaan sebagai suatu entitas ekonomi mempunyai dua aspek yang bertentangan, dimana di satu sisi perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat. Perusahaan bisa memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang kebutuhan masyarakat untuk konsumsi, membayar pajak, memberi sumbangan dan lain-lain. Di sisi lain, perusahaan juga banyak menimbulkan dampak negatif seperti: polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, kesewenang-wenangan, produksi makanan haram serta bentuk *negative externality* lain. Banyak perusahaan yang dianggap telah memberi kontribusi yang baik bagi perkembangan ekonomi dan teknologi tetapi banyak mendapat kritik dan kecaman berkaitan dengan masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan. Contoh nyata industri yang mencemari lingkungan adalah pencemaran teluk Buyat dan semburan lumpur Lapindo, yang sampai saat ini belum bisa terselesaikan.

Bagi perusahaan, melaksanakan tanggung jawab sosial seharusnya menjadi sebuah kewajiban. Perusahaan yang hanya mementingkan tanggung jawab ekonomi saja akan berakibat fatal. Perusahaan bisa saja memperoleh laba yang maksimal serta membagikan deviden yang tinggi kepada para investor, namun di sisi lain perusahaan juga akan menghadapi masalah atau hambatan di masa depan karena munculnya tuntutan bagi perusahaan untuk tidak mengabaikan tanggung jawab sosialnya.



Menurut William Swope dari *Intel Corporation* dalam *Asian Forum on CSR* (2007) dan dikutip oleh praktisi CSR di Indonesia, reputasi perusahaan kini tidak lagi semata-mata dihasilkan oleh *good market performance*, melainkan juga oleh *good CSR*. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan baik akan memperoleh keunggulan kompetitif karena inovasi, visi jangka panjang, hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, keterbukaan, serta penciptaan sebuah organisasi pembelajar.

Dalam *stakeholder theory*, yang dikemukakan Ullmann (dalam Kent, 2000), dinyatakan bahwa kesuksesan perusahaan tidak hanya terletak pada kemampuannya dalam membangun hubungan yang baik dengan pemegang saham (*shareholder*) saja. Akan tetapi, perusahaan juga perlu membangun hubungan yang baik dengan individu, masyarakat, dan lingkungan sebagai stakeholder dalam pembuatan keputusan perusahaan. Perusahaan dalam hal ini adalah entitas ekonomi yang bertanggung jawab bukan hanya kepada para *stakeholders* tetapi juga kepada para masyarakat luas (Kurniawan, 2007). Menurut Wibisono (2007), perusahaan memperoleh beberapa keuntungan karena menerapkan tanggung jawab sosial, antara lain: untuk mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, mereduksi risiko bisnis perusahaan, dan memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.

Hasil Survey “*The Millenium Poll on CSR*” yang dilakukan oleh *Envionics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan 60%

menyatakan bahwa etika bisnis, praktek terhadap karyawan, dampak lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sangat berperan sedangkan 40% adalah citra dari perusahaan dan *brand image* yang akan paling memengaruhi kesan mereka. Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa faktor lingkungan dan faktor sosial memiliki pengaruh yang lebih besar dari faktor – faktor yang justru berkaitan erat dengan perusahaan dalam hal ini citra dari perusahaan dan *brand image*.

Di antara negara-negara di Asia lainnya, penetrasi aktivitas CSR di Indonesia terbilang rendah. Pada tahun 2005, hanya ada 27 perusahaan yang memberikan laporan mengenai aktivitas CSR yang dilaksanakannya ([http.create.or.id](http://create.or.id)). Pada periode sebelum tahun 2007, pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) masih bersifat sukarela. Untuk itu pemerintah Indonesia pada tahun 2007 mengeluarkan Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, pasal (1) berbunyi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. dan pasal (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, atau secara singkat menyiratkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Terdapat beragam motif bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Menurut Tsoutsoura (2004), perbedaan motif tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: ukuran perusahaan, industri yang terlibat, kebudayaan bisnis perusahaan, keinginan *stakeholder*, dan seberapa pesat perkembangan yang terjadi pada perusahaan ketika menerapkan tanggung jawab sosial.

Penelitian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) telah banyak dilakukan dalam kurun waktu yang berbeda, baik di luar negeri maupun di Indonesia. Penelitian yang menginvestigasi hubungan CSR dan kinerja keuangan (ROA dan ROE) dengan variabel kontrol *debt to assets ratio* dan *assets* dilakukan oleh Mahooney dan Robert (2003). Penelitian ini dilakukan di Kanada dengan sampel 352 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan. Penelitian Dahlia dan Siregar (2008) menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROA sebagai proksi dari kinerja keuangan. Hal ini membuktikan adanya dampak positif yang signifikan antara aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan dengan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian Nurdin dan Cahyandito (2006) menyatakan bahwa tema sosial dan lingkungan yang ada dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap reaksi investor yang terlihat dalam perubahan harga saham dan volume perdagangan saham bagi perusahaan yang termasuk dalam kategori *high-profile*.

Tidak hanya hasil penelitian dengan hasil hubungan yang positif, namun terdapat penelitian yang menunjukkan tidak ada keterkaitan positif diantara CSR dan tingkat profitabilitas perusahaan (Athanasia dan Maria, 2010). Penelitian oleh Anggraini (2006) juga tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan. Fiori et al (2007) meneliti CSR terutama yang berkaitan dengan reaksi investor dan memproksi kinerja perusahaan dengan menggunakan *stock price* dengan variabel kontrol *Debt Equity Ratio*, ROE, dan *Beta Leveled*. Penelitian pada perusahaan di Italia ini menggunakan sampel sebanyak 25 perusahaan dan periode penelitian 2004 - 2006. Hasil empiris menunjukkan bahwa CSR tidak signifikan mempengaruhi *stock price*.

Adanya keberagaman hasil empiris yang masih kontradiktif mengenai hubungan CSR terhadap kinerja perusahaan, dan untuk mengetahui dampak praktek tanggung jawab sosial terhadap tingkat profitabilitas, dengan setting di Indonesia penelitian ini akan menyediakan suatu analisis pengaruh CSR terhadap profitabilitas perusahaan. Ada dua ukuran profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *Net Profit Margin (NPM)* dan *Return On Assets (ROA)* ukuran profitabilitas ini di gunakan karena ukuran ini merupakan rasio yang mengukur tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan baik berkaitan dengan penjualan dan investasi. Penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol : ukuran perusahaan (*company size*), dan risiko keuangan (*financial risk*). *Company size* digunakan seperti dalam penelitian (waddock & Graves, 1997; Orlitzki, 2001



dan itkonen, 2003) sedangkan *financial risk* seperti dalam penelitian (Mahoney and Roberts, 2007 dan Hasan fauzi, 2007).

Perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur. Diantara perusahaan lain, perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur juga mengharuskan mereka untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi dan ini erat kaitannya dengan masalah keselamatan kerja. Selain itu perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Kriteria-kriteria tersebut menggolongkan perusahaan manufaktur sebagai kategori perusahaan *high profile*. Kategori *high profile* adalah perusahaan yang memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, risiko politik yang tinggi atau persaingan yang ketat. Pada umumnya merupakan perusahaan yang mendapat sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya yang memiliki potensi bersinggungan dengan kepentingan luas. Hal –hal inilah yang membedakan perusahaan manufaktur dari perusahaan lainnya misalnya perbankan dan hal ini menjadi alasan yang kuat untuk dilakukannya penelitian tentang pengaruh CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur.

## 1.2. Rumusan Masalah

Adanya fakta permasalahan CSR yang dilakukan perusahaan-perusahaan di Indonesia, dan kontradiktifnya hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah, “Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?”

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh penerapan tanggung jawab sosial perusahaan yang disusun oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Dalam bidang akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai hubungan antara CSR dengan profitabilitas perusahaan yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi dalam meyakinkan manajemen untuk mengambil keputusan mengenai pentingnya penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dan pengukuran kinerja sosial perusahaan.

3. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pentingnya penerapan CSR yang dilakukan perusahaan. Investor dapat mempertimbangkan untuk memilih perusahaan yang melakukan aktivitas CSR.
4. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian diharapkan memberikan landasan pemikiran untuk memperbaiki keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini maupun acuan dalam penelitian selanjutnya.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

### **Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini berisi mengenai gambaran singkat mengenai hal-hal yang mendorong dilakukannya penelitian yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

### **Bab 2 Tinjauan Pustaka**

Bab ini membahas tentang landasan teori, yang mengenai teori legitimasi, teori *stakeholder*, *triple bottom line theory*, *corporate social responsibility*, dan profitabilitas yang diproksikan dengan return on assets dan net profit margin. Ddisamping itu diuraikan pula mengenai hasil penelitian sebelumnya, hipotesis dan kerangka pemikiran skripsi.

### **Bab 3 Metode Penelitian**

Bab ini membahas mengenai metode dalam melaksanakan penelitian ini, yaitu meliputi penelitian kuantitatif dengan metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Populasi dan sampel menjelaskan metode apa yang

digunakan dalam menentukan populasi dan sampel sebagai obyek dalam penelitian ini. Teknik analisis dilakukan agar dapat ditentukan hasil kesimpulan.

#### Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini mengemukakan tentang gambaran umum obyek penelitian yaitu nama-nama perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia yang menjadi sampel penelitian, deskripsi penelitian, analisis model, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

#### Bab 5 Simpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran dari penulis kepada pihak-pihak terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.