

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini masyarakat semakin cermat dalam menilai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan dari proses produksinya. Hal ini menimbulkan tuntutan kepada perusahaan agar memperhatikan dampak sosial yang timbul dan bagaimana mengatasinya. Tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya sebatas peduli lingkungan saja, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan diantaranya karyawan, pelanggan, kreditor, pemegang saham, dan komunitas (Parengkuan, 2017). Awalnya CSR dilandasi oleh kegiatan yang bersifat ‘filantropi’ yakni dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial. Saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan, yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Sari & Azizah, 2019)

CSR merupakan wujud dari tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak dan gap sosial yang terjadi karena adanya kegiatan operasional perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility* menjadi suatu bentuk penanaman modal yang dilakukan oleh perusahaan demi tumbuh kembang perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan (Ramlah *et al.*, 2016).

UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 adalah dasar hukum yang digunakan untuk mempraktikkan CSR oleh perusahaan sejak tanggal 16 Agustus 2007. Pada ketentuan tersebut mengatur tentang tindakan yang harus dilakukan perusahaan terkait dengan sumber daya alam yang wajib dipertanggungjawabkan oleh perusahaan khususnya dalam bidang lingkungan dan sosial (Aryati, 2017).

Pesatnya perkembangan dunia bisnis menjadikan adanya tuntutan terhadap perusahaan untuk dapat bersaing secara sehat, taat terhadap aturan/norma, dan tidak melakukan aktivitas yang merusak lingkungan. Jika perusahaan melanggarnya, maka perusahaan akan mendapatkan sanksi hukum. Perusahaan seharusnya tidak tertuju pada peningkatan laba saja, akan tetapi ada sejumlah pertimbangan yang harus dilakukan perusahaan terkait dengan risiko produksi yang bisa saja memberikan dampak negatif pada sosial dan lingkungan (Respati & Hadiprajitno, 2015).

Kondisi lokasi tempat berdirinya suatu perusahaan dapat menjadi tolok ukur mampu tidaknya perusahaan untuk berkompetisi. Oleh sebab itu, CSR harus dipahami secara utuh dalam 1 model piramida. CSR adalah bentuk dari rasa peduli suatu perusahaan yang berdasar pada *triple bottom lines*, yaitu *profit*, *people* dan *planet* (3P) (Prasetyo & Meiranto, 2017).

Profit, perusahaan harus mempunyai tujuan untuk menghasilkan laba agar dapat tumbuh dan berkembang. *People*, perusahaan harus mempunyai rasa peduli terhadap kemakmuran masyarakat sekitar. Contohnya, memberikan beasiswa bagi siswa yang tinggal disekitar perusahaan, membangun fasilitas edukasi, dan

kesehatan, menguatkan kemampuan perekonomian daerah, dan merancang skema untuk melindungi aktivitas warga disekitar lingkungan perusahaan. *Planet*, perusahaan harus dapat mempedulikan aktivitas operasionalnya terhadap keaneka ragaman hayati yang berkelanjutan. Contohnya, penghijauan, membangun fasilitas air bersih, mengembangkan ekoturisme, dan memperbaiki pemukiman. (Prasetyo & Meiranto, 2017).

Aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Masyarakat menjadi tertarik untuk membeli produk perusahaan. Semakin diminatnya produk perusahaan di pasaran maka laba (*profit*) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat (Purnaningsih, 2018).

Fenomena CSR di Indonesia yang memberikan dampak negatif yaitu aktivitas PT. Freeport Indonesia, dimana perusahaan tersebut seharusnya bisa membangun fasilitas pelayanan medis bagi Papua, Banti dan Timika. Selain itu, PT. Freeport Indonesia juga seharusnya bisa memberikan bantuan dana pendidikan, dan mengembangkan program wirausaha di Timika dan Komoro. Tetapi, berbagai CSR tersebut masih belum dilakukan dengan baik oleh PT Freeport sehingga masyarakat di Papua masih belum merasakan perbaikan kualitas kehidupan. Sejak awal ditahun 1969, PT Freeport masih saja mengakibatkan konflik dengan masyarakat sekitar, baik terkait dengan kesenjangan ekonomi dan sosial, pelanggaran adat, ataupun penggunaan tanah masyarakat (Aulia, 2019).

Fenomena CSR di Indonesia yang memberikan dampak positif yaitu dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) yang memberikan dana riset kepada 63 mahasiswa yang berasal dari 33 perguruan tinggi negeri dan 12 perguruan tinggi swasta melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN) periode 2019-2020. Program IRN tersebut mengangkat tema Pengembangan Sistem Pangan Berkelanjutan Berbasis Potensi dan Kearifan Lokal untuk Peningkatan, Kecerdasan, Kesehatan, dan Prestasi Bangsa. Total dana riset yang digelontorkan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk mencapai Rp 2,2 miliar. Selain itu, mahasiswa yang mendapatkan dana riset juga mengikuti pelatihan, serta dibimbing dan didampingi oleh pakar-pakar yang sudah dikenal baik di Indonesia maupun di tingkat global. program ini dapat bermanfaat dan memotivasi para mahasiswa untuk menciptakan inovasi melalui riset yang dapat memberikan kontribusi bagi ketahanan pangan dan nutrisi di Indonesia (Qolbi & Winarto, 2019).

Berdasarkan *Stakeholder Theory*, aktivitas CSR tidak hanya mengacu pada pemilik (pemegang saham) saja, melainkan juga para *stakeholders*-nya yang memberikan dampak langsung dari eksistensi perusahaan (Gantino, 2016). Kuatnya dukungan *stakeholder* terhadap kegiatan perusahaan dapat meningkatkan CSR yang diungkapkan perusahaan (Saputri & Utami, 2020). Sedangkan pada *legitimacy theory*, perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan baik jika perusahaan tersebut mendapatkan pengakuan (legitimasi) dari masyarakat sekitar tempat perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya. Perusahaan tidak hanya mengutamakan kepentingan perusahaan saja tetapi juga harus dapat memberikan

manfaat bagi masyarakat yang tinggal disekitar lokasi operasional perusahaan (Saputri & Utami, 2020).

Pengungkapan CSR merupakan informasi non finansial yang dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sering kali digunakan sebagai dasar pertimbangan para calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Harahap, 2019). Saat para investor mempertimbangkan keputusannya untuk berinvestasi pada suatu perusahaan maka akan langsung berdampak positif kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kinerja keuangan adalah suatu hasil yang dicapai perusahaan pada waktu tertentu dengan untuk menghasilkan laba sebanyak-banyaknya (Sulistiyowati, 2018).

Rasio yang terkait dengan keuntungan perusahaan pada periode akuntansi tertentu sering disebut sebagai rasio profitabilitas. Pengukuran rasio profitabilitas pada suatu perusahaan dimaksudkan untuk melihat seberapa efektif pengelolaan finansial yang dilakukan oleh manajemen untuk dapat menghasilkan *return* (tingkat pengembalian) dari dana yang sudah ditanamkan oleh para investor pada perusahaan (Ramlah *et al.*, 2016). Rasio profitabilitas ini sangat dibutuhkan oleh para investor khususnya para investor jangka panjang. Hal itu dikarenakan profitabilitas tidak hanya digunakan oleh perusahaan untuk menjaga pertumbuhan bisnisnya tetapi juga dapat meningkatkan kondisi finansial perusahaan di masa depan (Pratiwi *et al.*, 2020). Pada penelitian ini menggunakan 3 rasio profitabilitas yang dapat menggambarkan kinerja keuangan pada suatu perusahaan yaitu *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS).

Return On Assets (ROA) digunakan untuk mengevaluasi potensi yang dimiliki perusahaan terhadap seluruh dana investasi yang ada untuk operasional perusahaan agar dapat menciptakan laba melalui pemanfaatan aktiva yang dimiliki perusahaan (Sari & Azizah, 2019). Bagi pihak manajemen, ROA sangatlah berperan penting karena dapat digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas manajemen dalam melakukan pengelolaan aset-aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang mempraktikkan CSR cenderung akan lebih dipercaya oleh masyarakat sehingga masyarakat akan menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan dan reputasi perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Tingginya permintaan produk oleh masyarakat akan berdampak pada peningkatan perolehan laba perusahaan.

Riset tentang CSR terhadap ROA yang dilakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017), Aryati (2017), Sari & Azizah (2019), serta Gantino (2016) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap ROA. Sedangkan pada riset yang dilakukan oleh Bahy & Wibisono (2017) mengemukakan jika CSR berpengaruh negatif terhadap ROA. Namun, pada riset yang dilakukan oleh Ramlah *et al.*, (2016), Parengkuan (2017), Dewi & Pitawati (2018), Pratiwi *et al.*, (2020), Saputri & Utami (2020) mengemukakan jika CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ROA.

Return On Equity (ROE) merupakan salah satu alat utama investor yang digunakan dalam menilai kelayakan suatu saham, tidak dapat dipungkiri bahwa ROE merupakan salah satu alat paling sering digunakan investor untuk melakukan pengambilan keputusan untuk melakukan investasi. ROE mengukur kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal yang dimiliki perusahaan (Sari & Azizah, 2019). *Return On Equity* (ROE) yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham (Dewi & Pitawati, 2018). Aktivitas CSR perusahaan akan membangun citra baik dimata masyarakat. Jika perusahaan sudah dikenal dengan citra yang baik maka masyarakat akan percaya akan produk yang dihasilkan perusahaan. Kemudian timbulah loyalitas konsumen yang nantinya mempengaruhi tingginya penjualan perusahaan yang berdampak pada kenaikan laba perusahaan.

Riset tentang CSR terhadap ROE yang dilakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017), Aryati (2017), Sari & Azizah (2019), serta Gantino (2016), mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap ROE. Sedangkan pada riset yang dilakukan oleh Bahy & Wibisono (2017) mengemukakan jika CSR berpengaruh negatif terhadap ROE. Namun, pada riset yang dilakukan oleh Dewi & Pitawati (2018), Pratiwi *et al.*, (2020), Saputri & Utami (2020) mengemukakan jika CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ROE

Earning Per Share (EPS) merupakan rasio untuk mengevaluasi kemampuan tiap lembar saham untuk menciptakan keuntungan/laba. Oleh karena itu, calon pemegang saham, pemegang saham, dan manajemen perusahaan sangat mengharapkan tingginya pertumbuhan EPS (Sari & Azizah, 2019). Hal tersebut karena salah satu indikator kesuksesan perusahaan dalam menciptakan keuntungan (Putri *et al.*, 2014 dalam Dewi & Pitawati, 2018). Aktivitas CSR selain untuk menunjukkan citra baik dan membangun kepercayaan masyarakat

dalam hal ini untuk memperkenalkan produk dan menarik loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan juga akan mempengaruhi harga saham atau EPS perusahaan. Dengan demikian CSR juga mempengaruhi investor dalam menginvestasikan modalnya mempertimbangkan kegiatan CSR perusahaan sebagai salah satu bentuk kepedulian sosial. Dari pendapat diatas ,maka dapat diketahui bahwa CSR yang dilakukan perusahaan dianggap sebagai tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Riset tentang CSR terhadap EPS yang dilakukan oleh Ramlah *et al.*, (2016), Bahy & Wibisono (2017), Dewi & Pitawati (2018), serta Sari & Azizah (2019) mengemukakan jika CSR berpengaruh positif terhadap EPS. Sedangkan pada riset yang dilakukan oleh Prasetyo & Meiranto (2017) dan Saputri & Utami (2020) mengemukakan jika CSR tidak memiliki pengaruh terhadap EPS.

Perbedaan hasil penelitian menjadikan adanya keinginan untuk berkeinginan untuk melakukan penelitian kembali dengan mereplikasi riset Sari & Azizah (2019). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada: objek penelitian. Pada penelitian Sari & Azizah (2019) objek penelitian yang dipergunakan adalah perusahaan sektor agrikultur.

1.2 Rumusan Masalah

Aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Pengungkapan CSR merupakan informasi non finansial yang dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sering kali digunakan sebagai

dasar pertimbangan para calon investor untuk menginvestasikan sejumlah dana pada perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan yang sering menjadi fokus perhatian para investor adalah *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian pada riset ini yaitu:

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap ROA?
2. Apakah CSR berpengaruh terhadap ROE?
3. Apakah CSR berpengaruh terhadap EPS?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh-pengaruh berikut:

1. Pengaruh CSR terhadap ROA.
2. Pengaruh CSR terhadap ROE.
3. Pengaruh CSR terhadap EPS

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat dari riset yang dilakukan antara lain :

1. Bagi penulis

Diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan dapat mengaplikasikannya dalam dunia kerja. Disamping itu, riset ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyelesaian studi.

2. Bagi akademisi

Diharapkan dapat menambah riset terkait pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dari penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang berbeda-beda serta memberikan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Bagi perusahaan, kreditur, dan investor

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI agar dapat menambah pengungkapan CSR yang sudah dilakukannya. Bagi kreditur dan investor diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam mempertimbangkan keputusan pemberian kredit ataupun keputusan investasi.

4. Bagi Pemerintahan

Diharapkan dapat memberikan referensi bagi pemerintah untuk membuat regulasi yang lebih baik tentang pentingnya aktivitas CSR dan pengungkapannya oleh perusahaan sehingga perusahaan tersebut dapat memperbanyak aktivitas CSR demi memajukan bangsa dan negara Indonesia.