

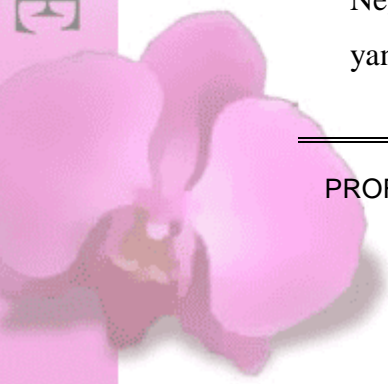
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar. Perusahaan dibagi menjadi 2 macam jenis, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan perusahaan yang bergerak dibidang produksi barang. Garis besar sebuah perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan ekonomi secara maksimal dan sedapat mungkin mencegah kerugian atau menekan kerugian seminimal mungkin. Laba atau keuntungan yang tinggi merupakan salah satu indikator untuk menilai apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik atau tidak di masa mendatang. Laba perusahaan selain merupakan indikator suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para pemegang saham (stakeholder), juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai suatu perusahaan (Rahayu, 2011).

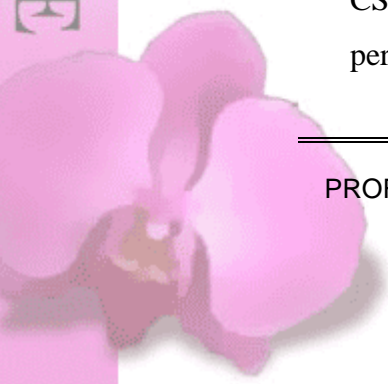
Di satu sisi perusahaan juga merupakan salah satu penopang dan penggerak perekonomian sebuah Negara. Perusahaan memiliki peranan yang sangat penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu Negara, seperti menciptakan lapangan kerja, menyediakan produk barang serta jasa dan pembayaran pajak dimana hasil dari pembayaran pajak tersebut merupakan pendapatan bagi sebuah Negara. Meskipun perusahaan memberikan kontribusi yang besar bagi sebuah Negara, perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan dari masyarakat yang ada di lingkungan sekitar perusahaan. Sering kita ketahui dikarenakan



tuntutan persaingan dunia usaha terkadang perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber alam dan masyarakat sosial tidak diimbangi dengan menjaga keberlangsungan sumber-sumber yang ada. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan dan tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial.

Tidak hanya telah merusak potensi ekonomi yang dimiliki oleh manusia saja, terkadang dari aktivitas perusahaan juga dapat merusak potensi lingkungan yang ada di sekitar, khususnya di bidang industry telah menyebabkan terjadinya masalah pada lingkungan, dan hal tersebut dapat mengganggu kegiatan masyarakat sekitar perusahaan tersebut. Oleh karena itu, sekarang hampir di setiap perusahaan mengembangkan apa yang disebut CSR (Corporate Social Responsibility). CSR itu sendiri untuk pertama kali lahir di Amerika. Seiring berjalannya waktu CSR pun merambah hingga ke Indonesia. CSR kepada masyarakat bermula di Amerika Serikat sekitar tahun 1900 atau lebih dikenal sebagai permulaan abad ke-19.

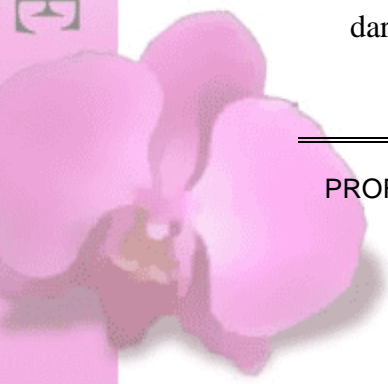
Program tanggung jawab sosial perusahaan atau corporate social responsibility (CSR) pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953. Awalnya CSR dilandasi oleh kegiatan yang bersifat ‘filantropi’ yakni dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan perataan sosial. Setelah itu, CSR mengalami pengembangan konsep secara terus-menerus. Di Indonesia, istilah CSR dikenal pada tahun 1980-an. Kegiatan CSR ini sebenarnya sudah dilakukan perusahaan bertahun-tahun lamanya, namun pada saat itu kegiatan CSR Indonesia



dikenal dengan nama CSA (Corporate Social Activity) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Kegiatan CSA ini dapat dikatakan sama dengan CSR karena konsep dan pola pikir yang digunakan hampir sama. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wujud pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Beny (2012:6) bahwa CSR diartikan sebagai tindakan korporasi atau perusahaan besar dalam memberikan tanggung jawabnya berupa materi seperti uang, peralatan, atau hadiah lainnya kepada komunitas, organisasi, atau individu di wilayah dimana perusahaan tersebut beroperasi.

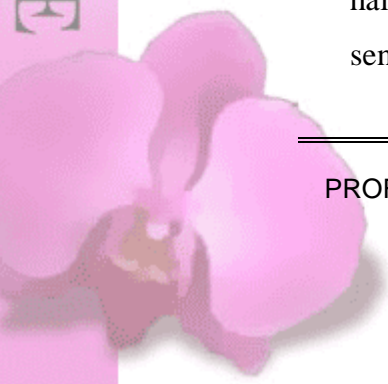
Saat ini CSR telah dijadikan sebagai salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan, yang nantinya akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Perubahan orientasi ini telah banyak memunculkan konsep baru yang sekarang dikenal dengan corporate citizenship (Elvinaro, dkk , 2011:39). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Kesadaran atas pentingnya CSR dilandasi pemikiran bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham (*shareholder*), tapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). CSR menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi.

Perkembangan CSR saat ini juga dipengaruhi oleh perubahan orientasi CSR dari suatu kegiatan yang awalnya bersifat sukarela untuk memenuhi kewajiban



perusahaan dimana kewajiban tersebut tidak memiliki kaitan dengan strategi dan pencapaian tujuan jangka panjang, sekarang menjadi suatu kegiatan strategis yang memiliki keterkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan CSR yang bersifat strategis ini, seperti peningkatan penjualan dan market share, memperkuat brand positioning, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analis keuangan. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, CSR merupakan komitmen dan kerjasama antara karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat agar memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Dari aspek ekonomi, perusahaan mengungkapkan suatu apabila informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dari aspek investasi, investor cenderung menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki kepedulian pada masalah sosial. Perusahaan akan menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan.

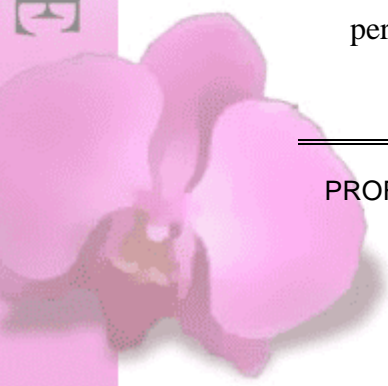
Penelitian ini mengapa menggunakan beberapa perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia dikarenakan sering kita ketahui bahwa banyak perusahaan manufaktur terutama yang bergerak di bidang industri barang konsumsi dianggap sebagai salah satu pencemar lingkungan, baik lingkungan sosial maupun lingkungan alamnya oleh karena itu perlunya penerapan CSR didalam perusahaan-perusahaan manufaktur tersebut. Karena kita ketahui bahwa perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang sangat dominan menguasai lingkungan sekitar kita baik dalam hal perekonomian, lingkungan maupun sosial. Pada dasarnya penerapan CSR itu sendiri tidak hanya dilakukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur sector



industri saja, melainkan hampir di setiap perusahaan memang harus menerapkan CSR di dalam pengoperasian kegiatan perusahaan, dan hampir di setiap perusahaan memang mewajibkan adanya kegiatan CSR di dalam setiap perusahaan karena tercantum di dalam peraturan pemerintah.

Dalam aspek hukum, perusahaan harus taat pada peraturan pemerintah seperti Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 dan Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 yang mengharuskan perseroan melaksanakan aktivitas CSR (Zarkasyi, 2008). Dengan demikian, CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan. Pelaksanaan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, hal ini sesuai dengan pernyataan Robinson dan Pearce (2005:76) bahwa pelaksanaan tanggungjawab sosial menciptakan penghematan sehingga dapat meningkatkan laba. Laba merupakan salah satu ukuran kinerja keuangan. Menurut Sugiono, kinerja keuangan adalah hasil akhir dari kegiatan akuntansi (siklus akuntansi). Laporan keuangan mencerminkan kondisi keuangan dan hasil operasi perusahaan (Arif ,dkk, 2008:3). Terdapat berbagai cara dalam mengukur kinerja keuangan dalam laporan keuangan, salah satunya dengan menggunakan rasio profitabilitas yang diproksikan dengan return on equity (ROE).

Tidak hanya berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan saja, tetapi CSR juga dapat berpengaruh positif terhadap laba operasi perusahaan, harga saham dan return saham perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila memiliki kinerja keuangan yang baik pula karena kinerja keuangan perusahaan menjadi tolak ukur baik atau tidaknya sistem manajemen yang dijalankan oleh perusahaan. Terdapat beberapa rasio yang digunakan kinerja keuangan. Namun,

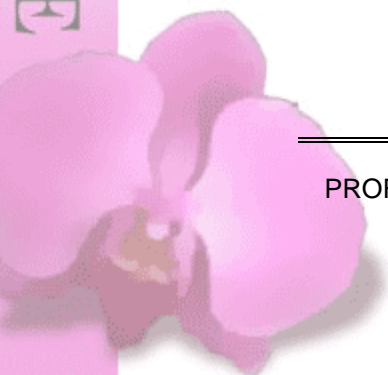


dari rasio-rasio tersebut, ada satu rasio yang seringkali digunakan investor sebelum melakukan investasi. ROE merupakan salah satu indikator penting yang sering digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas perusahaan. Harga saham pada perusahaan juga merupakan salah satu faktor penting yang harus dipertimbangkan calon investor sebelum mengambil keputusan investasi saham. Investor perlu melakukan penelitian terlebih dahulu terhadap saham-saham yang akan dipilihnya, untuk menentukan dimana akan menanamkan modalnya. Perusahaan semakin menyadari bahwa lingkungan eksternal perusahaan juga memberikan dampak yang besar terhadap kelangsungan perusahaan. Kepedulian terhadap lingkungan eksternal akan memberikan hasil yang positif baik bagi perusahaan maupun *stakeholder*. Oleh karena itu, perusahaan menyadari pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR tidak hanya menjadi suatu kesukarelaan saja, namun juga menjadi tuntutan bagi perusahaan untuk dapat terus menjaga eksistensi bisnisnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, adapun yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor industry barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
2. Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap harga saham perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor industry barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)?



C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diuraikan diatas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor industry barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap harga saham perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor industry barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan pemahaman mengenai pengaruh corporate social responsibility terhadap profitabilitas dan harga saham perusahaan.
2. Memberikan masukan untuk membantu pengembangan corporate social responsibility pada perusahaan, dan meningkatkan kesadaran dari setiap perusahaan akan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial, serta sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih peduli terhadap lingkungan sosial perusahaan.
3. Menambah studi literatur mengenai pengaruh penerapan corporate social responsibility terhadap profitabilitas dan harga saham perusahaan, dan memberikan landasan bagi peneliti selanjutnya di bidang yang sama di masa yang akan datang.

