

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penggunaan istilah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) akhir-akhir ini semakin populer dengan semakin meningkatnya praktek tanggung jawab sosial perusahaan, dan diskusi-diskusi global, regional dan nasional tentang CSR (Hardiansyah, 2009, 2). Menguatnya terpaan prinsip *good corporate governance* seperti *fairness, transparency, accountability, dan responsibility* telah mendorong CSR semakin menyentuh “jantung hati” dunia bisnis (Suharto, 2010, 8). Persaingan bisnis yang ketat merupakan salah satu pemicu pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat. Banyak perusahaan melakukan modernisasi dan mengupayakan berbagai kemajuan di bidang ekonomi. Perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan keberhasilannya baik dalam bidang industri maupun bidang perdagangan, sehingga memicu kemajuan bidang ekonomi. Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuk industrinya bertujuan untuk mencetak laba yang optimal guna meningkatkan kekayaan pemilik saham (Darwin, 2009,5).

CSR merupakan suatu program tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan berdiri, maupun untuk lingkungan yang lebih luas lagi. Tanggung jawab perusahaan, khususnya perusahaan manufaktur yang berhadapan langsung dengan alam, dapat dilihat dari bagaimana proses pembuangan limbah perusahadan ke lingkungan, sampai ke pencarian bahan baku

yang digunakan untuk memproduksi suatu produk. Persaingan bisnis antar perusahaan membuat segenap jajaran perusahaan berusaha keras untuk memajukan usaha serta meningkatkan labanya. Tanpa disadari hal ini membuat perusahaan semakin mengeksploitasi sumber-sumber daya alam, khususnya di Indonesia (Sari, 2012, 4).

Kesadaran dalam menjaga lingkungan hidup di Indonesia sudah mulai berkembang. Sudah banyak perusahaan-perusahaan yang sengaja menyisihkan labanya demi berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan sosial di sekitarnya. Mereka sadar, bahwa dengan melaksanakan CSR, tidak hanya untuk menarik perhatian publik, tapi juga demi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Perusahaan yang melakukan CSR, akan menarik simpati dari masyarakat. Masyarakat akan menjadi loyal terhadap perusahaan, sehingga akan menyenangi produk dari perusahaan tersebut. Hal ini dapat menaikkan tingkat profitabilitas perusahaan, dimana perusahaan akan dapat bertahan hidup lebih lama (Yaparto, 2013, 8).

CSRD dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang memiliki *life cycle* business yang baik. Perusahaan yang tidak menjalankan CSR secara baik, dapat terancam keberlangsungan bisnisnya. Terdapat beberapa perusahaan di Indonesia yang bermasalah dan bahkan tidak mampu lagi meneruskan kegiatan usahanya akibat menjalankan praktek tata kelola perusahaan yang buruk, dimana CSR merupakan salah satu faktor yang menunjukkan bagus tidaknya tata kelola suatu perusahaan. Salah satu contoh perusahaan yang lalai

menjalankan CSR adalah PT Lapindo Brantas, yakni sebuah perusahaan eksplorasi minyak dan gas di Sidoarjo, Jawa Timur (Hardiansyah, 2009, 2).

Kecerobohan PT Lapindo Brantas dalam melakukan eksploitasi minyak dan gas di Sidoarjo bukan saja menimbulkan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup pada area yang sangat luas, tetapi juga mematikan sumber pencaharian masyarakat sekitar. Hal ini dapat menimbulkan tuntutan hukum dari masyarakat dan tuntutan ganti rugi, yang pada gilirannya dapat mengancam keberadaan perusahaan (Hardiansyah, 2009, 2).

Kasus tersebut terjadi karena kurangnya aktivitas CSR perusahaan. Dengan adanya masalah dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, perusahaan dapat mengalami kerugian besar dan berdampak pada penurunan laba perusahaan serta para investor yang bersangkutan pun turut mengalami kerugian. Oleh karena itu kegiatan CSR dan pengungkapannya akan menjadi salah satu pertimbangan investasi bagi para investor dan salah satu hal yang dapat mendukung adanya legitimasi dari masyarakat sekitar, hal ini sesuai dengan *legitimacy theory*. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya dapat memberikan sinyal baik (*good news*) bagi para stakeholder bahwa perusahaan tersebut layak dipilih sebagai tempat berinvestasi dan perjanjian kerjasama lainnya.

Dengan adanya kelalaian perusahaan dalam menjalankan CSR maka kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi suatu kewajiban diatur dalam Undang-undang No. 40/2007 tentang Undang–Undang Perseroan Terbatas (UU

PT) resmi ditetapkan pada 16 Agustus 2007. Dalam pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Berdasarkan UU No. 40/2007 mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan bersifat wajib (*mandatory disclosure*) (Hadiyansyah, 2015, 8).

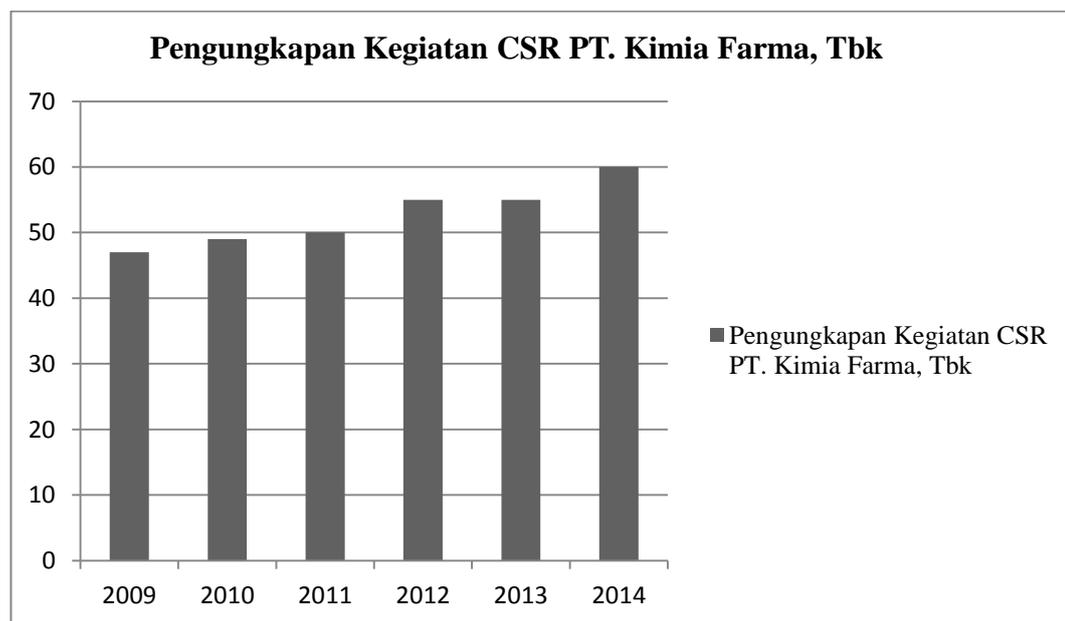
Berdasarkan Bapepam No. 134/ BL/2006 tanggal 7 Desember 2006 yang mengharuskan bagi perusahaan-perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengungkapkan uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan / atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barang siapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan / atau perusakan lingkungan hidup, diancam

dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah” (Sutopoyudo, 2009, 9).

Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal. Kesadaran stakeholder akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan praktik-praktik atau kegiatan CSR yang dilakukan. Lebih lanjut lagi, tekanan stakeholder terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan kegiatan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan (Jose dan Lee, 2009, 12).

Menurut *Global Compact Initiative* (2012, 14) menyebutkan pemahaman CSR dengan 3P yaitu *profit, people, planet*. *Profit*, Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *People*, Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat. *Planet*, perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air

bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (Porter, 2009, 17). Berikut penjelasan mengenai pengungkapan CSR yang dilakukan oleh PT. Kimia Farma.Tbk yang di laporkan di *Annual Report* selama tahun 2009 sampai dengan 2014 (Gambar 1.1.).

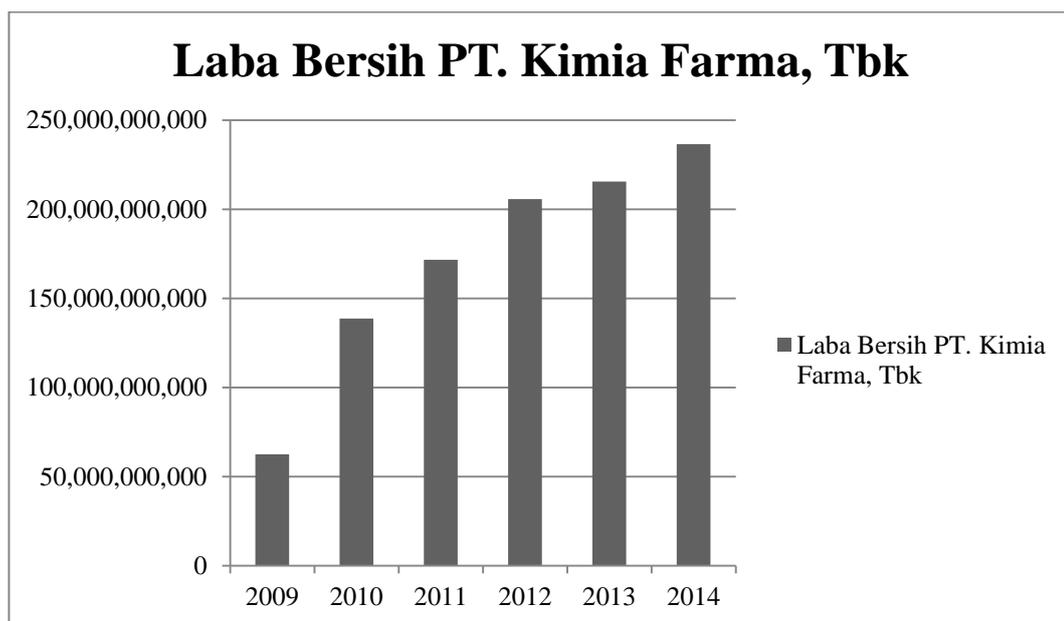


Sumber: www.idx.com

Gambar 1.1. Pengungkapan Kegiatan CSR PT. Kalbe Farma.Tbk

Bagi investor, informasi profitabilitas perusahaan dapat dijadikan tolak ukur apakah investor tetap mempertahankan investasi mereka atau mencari alternatif lain. Apabila tingkat profitabilitas perusahaan terlihat baik, maka investor akan melirik perusahaan tersebut dan akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan dan berdampak pada naiknya harga saham yang berarti pula naiknya nilai perusahaan. Maka dari itu untuk mengetahui kinerja keuangan dapat diukur dengan beberapa rasio yaitu

Return On Equity (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS). Pengukuran ini digunakan untuk melakukan perbaikan atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain (Maria Kartika, 2015, 34). Berikut adalah grafik laba bersih PT. Kimia Farma.Tbk yang di laporkan di *Annual Report* selama tahun 2009 sampai dengan 2014 (Gambar 1.2.).



Sumber: www.idx.com

Gambar 1.2. Laba Bersih PT. Kimia Farma, Tbk

Menurut Saidi (2010, 23), sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

- a. Keterlibatan langsung, perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

- c. Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial / organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
- d. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”.

Tanggung jawab sosial perusahaan perlu dilakukan untuk memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan terhadap lingkungannya, maka semakin baik juga citra perusahaan menurut pandangan masyarakat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra di perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen. Maka, citra perusahaan yang buruk dan sering dimunculkan di media massa, jelas tidak mendukung kelancaran operasional perusahaan dan bersifat kontra produktif terhadap upaya peningkatan produktivitas dan keuntungan. Kini semakin diakui bahwa perusahaan, sebagai pelaku bisnis, tidak akan bisa terus berkembang, jika menutup mata atau tidak mau tahu dengan situasi dan kondisi lingkungan sosial tempat ia hidup. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Secara teoritis suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja keuangan perusahaan baik (Tanudjaja, 2009, 45).

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengacu ke beberapa penelitian yang telah ada sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Marissa Yaparto mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Indonesia pada tahun 2013, yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Pada Periode 2010-2011”. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa, Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, ROE dan EPS.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Putri Fika Hadiyansyah tahun 2015 mengenai “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham Pada Sektor Properti di BEI”. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham dan kinerja keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Lalu penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Study Empiris Pada Perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI)”. Penelitian ini dilakukan oleh Andi Restu Firdaus pada tahun 2014. Penelitian ini membuktikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap ROE dan EPS.

Penelitian yang dilakukan oleh Samsinar *et al* (2009) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham”. Penelitian tersebut menggunakan contoh perusahaan industri yang *go public* di BEI pada tahun 2007-2009. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh nyata

ROA, ROE, EVA dan CSR terhadap harga saham secara parsial diterima. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa, hipotesis yang menyatakan ada pengaruh nyata ROA, ROE, EVA dan CSR berpengaruh terhadap harga saham secara simultan diterima. Pengungkapan CSR memberi pengaruh positif terhadap hubungan kinerja keuangan perusahaan dengan harga saham di pasar modal.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi Santoso di tahun 2012 yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada Nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI)” penelitian ini membuktikan bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Survei yang dilakukan Booth-Harris *Trust Monitor* pada tahun 2001 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif.

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga

loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya meningkat (Sutopoyudo, 2009, 102).

Salah satu contoh program CSR telah dilakukan oleh PT. Kimia Farma yang rutin melaksanakan berbagai kegiatan CSR setiap tahunnya. Mulai di bidang kesehatan, lingkungan, hingga pendidikan. Kimia Farma Tbk memiliki tanggung jawab dan berperan secara aktif untuk mendukung program pemerintah dalam menyetatkan masyarakat Indonesia, dengan visi komitmen pada peningkatan kualitas kehidupan, kesehatan dan lingkungan, tanggung jawab dan peran aktif tersebut merupakan bagian dari kepedulian dan perhatian Kimia Farma dalam program CSR. Kimia Farma secara rutin melaksanakan program-program sosial, diantaranya melakukan bakti sosial berupa khitanan masal, donor darah, menyantuni anak-anak yatim piatu, membantu rumah-rumah ibadah dan memberi bantuan obat-obatan pada korban bencana alam (Hadiyansyah, 2015, 8).

Perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR apabila dipraktekkan dengan sungguh-sungguh, diantaranya : dapat mempererat komunikasi dengan stakeholders, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan perusahaan secara berkesinambungan sebagai wujud

manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi, serta untuk meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja, supplier, dan pangsa pasar (Agustia, 2013, 78).

Hal ini mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan kepentingan eksternal. Perusahaan yang dominan dimasyarakat manapun harus mengambil tanggung jawab untuk kepentingan bersama. Setiap keputusan yang dibuat, setiap tindakan yang diambil haruslah dilihat dalam kerangka tanggung jawab tersebut. Fokus program tanggung jawab adalah bagaimana meningkatkan kualitas hidup masyarakat hingga akhirnya muncul kemapanan masyarakat untuk mengatasi permasalahan sosial dan kesehatan (Faturrozi, 2011, 67).

Menurut Islam, CSR yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. CSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati (Suharto, 2010, 90).

Dalam Islam, pelaporan CSR merupakan praktik yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai norma yang berlaku di masyarakat. Publikasi terhadap kegiatan *corporate social responsibility* bukanlah hanya untuk keperluan pencitraan perusahaan saja, tetapi juga diperlukan untuk keterbukaan informasi kepada publik (Hasan, 2010, 14).

Mengingat peranan CSR apakah berjalan efektif dan tepat sasaran untuk mensejahterakan masyarakat. Maka dari itu, berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH**

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN SERTA TINJAUANNYA DARI ASPEK ISLAM (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009-2014) ”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2009-2014?
- b. Bagaimana pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2009-2014?
- c. Bagaimana pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2009-2014?
- d. Bagaimana CSR, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan dari sudut pandang islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk:

- a. Mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2009-2014.
- b. Mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2009-2014.
- c. Mengetahui pengaruh pengungkapan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2009-2014.
- d. Mengetahui bagaimana CSR, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan dari sudut pandang islam.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi penulis

Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Akuntansi, juga untuk menambah wawasan serta mempelajari CSR atau pertanggung jawab sosial perusahaan dari teori-teori yang diperoleh dengan implementasi perusahaan, sehingga dapat dipelajari hasil yang diperoleh tersebut.

b. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan akan berguna sebagai suatu bahan referensi tambahan yang kiranya dapat digunakan bagi semua pihak, terutama untuk membahas program CSR lebih lanjut.

c. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak Manajemen Perusahaan ataupun untuk Pemegang Saham (*Stakeholder*) akan pentingnya CSR bagi perusahaan, juga bagi masyarakat serta lingkungan sekitarnya.

d. Untuk calon investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi.

e. Untuk pemerintah

hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan standar akuntansi oleh penyusun standar akuntansi yang saat ini sedang bersama-sama dengan kementerian lingkungan hidup menyusun standar akuntansi lingkungan.