

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pembangunan dan teknologi saat ini berdampak pada semakin maju dan kompleksnya aktivitas operasional serta tanggung jawab sosial perusahaan. Pencemaran lingkungan yang terjadi disebabkan karena semakin banyaknya limbah dan polusi yang masih belum bisa diatasi. Hal tersebut dapat menyebabkan terjadinya kerusakan lingkungan. Banyaknya limbah dan polusi tersebut dapat mengganggu dan meresahkan masyarakat sekitar. Kerusakan lingkungan yang terjadi terus-menerus juga dapat memicu terjadinya bencana alam, seperti banjir. Di Indonesia sendiri, bencana alam seperti banjir sudah mulai terjadi di setiap tempat. Hal tersebut tentu sangat merugikan masyarakat sekitar. Dalam menjalankan aktivitasnya perusahaan secara langsung maupun tidak langsung akan selalu berkaitan dengan lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu sebagai salah satu bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat dan para *stakeholder*-nya, perusahaan melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR).

Di wilayah Asia, konsep CSR berkembang sejak tahun 1998, tetapi pada waktu itu belum terdapat suatu pengertian maupun pemahaman yang pasti mengenai konsep CSR. Sementara itu, di Indonesia konsep CSR mulai menjadi isu yang hangat sejak tahun

2001, dimana banyak perusahaan sudah mulai mengenal CSR sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat. Di Indonesia CSR diatur dalam Undang-undang No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ayat 1 undang-undang tersebut menyatakan bahwa, “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.”

Salah satu industri yang menyebabkan terjadinya kerusakan lingkungan yaitu industri manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan salah satu perusahaan yang dapat memberikan dampak negatif bagi lingkungan. Proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur dapat menyebabkan semakin tingginya limbah industri. Limbah industri berpotensi menimbulkan terjadinya pencemaran air dan udara yang dapat menyebabkan terjadinya kerusakan lingkungan. Namun disisi lain, perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian, seperti memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat, meningkatkan devisa negara dari ekspor, dan sebagai penyumbang yang cukup besar terhadap pendapatan nasional. Selain itu, jumlah perusahaan manufaktur di Indonesia juga cukup banyak. Oleh karena itu, dalam menjalankan usahanya perusahaan manufaktur dituntut untuk tetap menjaga dan memperhatikan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Contoh perusahaan manufaktur yang

menyebabkan terjadinya kerusakan lingkungan yaitu PT. Indofood yang masih menggunakan *styrofoam* untuk melindungi produk makanannya dari bau tidak sedap diluar yang bisa masuk kedalam kemasan. *Styrofoam* merupakan salah satu bahan yang sulit diserap tanah, dan butuh ratusan tahun untuk menyempurnakannya, sehingga penggunaan *styrofoam* tersebut dapat mengganggu dan merusak lingkungan (Prawira, 2013).

Dalam menjalankan usahanya perusahaan pasti akan membutuhkan tambahan modal. Salah satu cara bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan modal adalah dengan menawarkan kepemilikan perusahaan tersebut kepada masyarakat/publik (*go public*) di pasar modal (Budi, 2011). Investor sebagai salah satu pihak yang memiliki kelebihan dana dapat menginvestasikan dananya pada perusahaan.

Salah satu cara mengukur kinerja pasar perusahaan adalah dengan melihat *return* saham perusahaan. Motivasi para investor melakukan investasi adalah harapan untuk memperoleh *return* yang tinggi. *Return* merupakan imbalan yang diharapkan investor, yang diperoleh atas investasi yang dilakukan disuatu perusahaan. Tanpa adanya *return*, tentunya para investor tidak akan bersedia melakukan investasi (Muid, 2011), sehingga dengan adanya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja pasar perusahaan tersebut.

Pengungkapan informasi mengenai kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan didalam laporan tahunan akan menjadi salah

satu bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Semakin banyak investasi yang dilakukan oleh investor, maka dapat meningkatkan kinerja pasar perusahaan. Kinerja pasar dapat didefinisikan sebagai kinerja keuangan perusahaan yang terjadi di pasar modal.

Pada saat melakukan investasi, investor akan melakukan beberapa pertimbangan. Investor akan melihat berbagai informasi yang diungkapkan perusahaan baik informasi non keuangan maupun informasi keuangan yang ada dalam perusahaan. Berdasarkan teori *decision-usefulness*, jika informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan mengandung nilai bagi investor, maka investor akan memberikan respon (Sidharta dan Juniarti, 2015). Informasi yang dipublikasikan akan membantu investor untuk mengukur seberapa besar risiko atau tingkat pengembalian yang akan diterima (Sidharta dan Juniarti, 2015). Informasi tersebut akan mempengaruhi keputusan investor dalam melakukan investasi.

Informasi non keuangan berkaitan dengan bagaimana tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk bisa menghasilkan laba yang tinggi, tetapi juga memiliki kepedulian terhadap lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan konsep *triple bottom line* yang dipopulerkan oleh Jhon Elkington (1997) dalam Rosiana, dkk (2013), dimana tanggung jawab perusahaan mencakup 3 dimensi utama, yaitu mencari keuntungan (*profit*) bagi kelangsungan perusahaan, membedayakan

masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*). Oleh karena itu perusahaan melakukan kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan meliputi program pelestarian lingkungan, kesehatan, pendidikan, dan berbagai program positif lainnya yang diharapkan masyarakat. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan disebabkan karena perusahaan secara langsung maupun tidak langsung akan selalu berinteraksi dan berhubungan dengan lingkungan dan masyarakat.

Informasi keuangan misalnya berkaitan dengan seberapa besar laba yang dihasilkan perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan berguna untuk membangun citra dan reputasi perusahaan itu sendiri. Pengungkapan CSR dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen atau masyarakat, maupun mitra bisnis perusahaan termasuk investor. Adanya reputasi yang baik dan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan dapat meningkatkan keinginan masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk perusahaan. Akibatnya penjualan perusahaan akan meningkat dan akan berpengaruh pada besarnya laba (*profit*) yang dihasilkan perusahaan.

Profitabilitas dalam hal ini digunakan sebagai variabel moderasi. Profitabilitas diharapkan dapat mendukung dan memperkuat hubungan CSR untuk meningkatkan kinerja pasar perusahaan. Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini diprosikan dengan *return on assets* (ROA). Hal ini disebabkan

karena ROA dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya termasuk investasi yang tanamkan oleh investor untuk dapat menghasilkan laba.

Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat untuk dapat memenuhi kepentingan seluruh *stakeholder*-nya. Menurut Ghozali dan Chariri (2007) dalam Muid (2013), teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun juga memberikan manfaat bagi para *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain). Selain itu, dalam teori legitimasi pengungkapan tanggung jawab sosial harus tetap dilakukan supaya kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat (Muid, 2013). Adanya dukungan dari para *stakeholder* akan mempengaruhi kelangsungan dan tujuan perusahaan itu sendiri.

Penelitian mengenai *corporate social responsibility* (CSR) telah banyak dilakukan sebelumnya. Budi (2011) menunjukkan variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja pasar yang diproksikan dengan *return* saham dan diukur dengan *abnormal return*. Muid (2011) menunjukkan variabel CSR (*social*) berpengaruh positif terhadap kinerja pasar yang diproksikan dengan *return* saham dan diukur dengan *abnormal return*, sedangkan variabel CSR (*environment*) tidak berpengaruh terhadap kinerja

pasar yang diproksikan dengan *return* saham dan diukur dengan *abnormal return*. Tjiasmanto dan Juniarti (2015) menunjukkan CSR berpengaruh negatif terhadap kinerja pasar yang diproksikan dengan *return* saham dan diukur dengan *abnormal return*. Beberapa penelitian lainnya melakukan penelitian mengenai profitabilitas sebagai variabel moderasi. Putra dan Wirakusuma (2015) menunjukkan profitabilitas yang diproksikan dengan ROA mampu memperkuat hubungan CSR pada nilai perusahaan. Handriyani (2013) menunjukkan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diproksikan dengan ROA tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Objek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015. Hal ini dilakukan untuk melihat penelitian terbaru mengenai *corporate social responsibility* (CSR) yang meliputi 6 indikator pengungkapan CSR, yaitu ekonomi, lingkungan, praktik tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial, dan tanggung jawab produk pada perusahaan manufaktur. Penelitian ini menggunakan indikator pengungkapan *Global Reporting Initiative Generation 3.1* (GRI G3.1). Penelitian ini menggunakan GRI versi 3.1 karena versi 3.1 merupakan pembaharuan dari versi yang lama (versi 3.0). Selain itu belum banyak perusahaan ditahun 2015 yang sudah melakukan pengungkapan CSR berdasarkan GRI versi 4.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini menduga bahwa pengungkapan *corporate social responsibility*

berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan tahun 2014 dan 2015 sebagai tahun pengamatan untuk menghitung kinerja pasar perusahaan, sedangkan tahun 2015 digunakan sebagai tahun penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, “Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan dengan profitabilitas sebagai varibel moderasi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuktikan teori *decision-usefulness* bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

2. Manfaat praktis

- a) Bagi investor, pengungkapan tanggung jawab sosial digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi. Dengan adanya profitabilitas yang tinggi dapat memperkuat hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) dengan kinerja pasar perusahaan
- b) Bagi perusahaan, diharapkan perusahaan lebih terbuka dalam mengungkapkan kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya. Adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan penting bagi kelangsungan perusahaan untuk dapat menarik investor.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab satu berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB 2 : TUNJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hipotesis penelitian, dan model penelitian

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data untuk pengujian utama, dan pembahasan

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi tentang simpulan dari hasil penelitian, keterbatasan, dan saran penelitian.