

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bertepatan dengan bertumbuhnya berbagai bisnis masa kini megakibatkan timbulnya berbagai macam perusahaan baru yang bergabung untuk bersaing di dunia bisnis. Terlepas dari pada hal ini pihak perusahaan harusnya mengetahui bahwa perusahaan tidak bisa hanya mencari laba saja, perusahaan juga harus memperhatikan konsekuensi sosial bagi publik atas aktivitas yang dijalankan perusahaan. Maka dari itu adanya sikap tanggungjawab dan kewajiban bagi perusahaan untuk mencermati kepentingan masyarakat. Itulah mengapa pihak manajemen harus melakukan *coorporate social and responsibility (CSR)*.

Dampak positif pelaksanaan tanggung jawab sosial dapat menciptakan penghematan laba sehingga dapat meningkatkan laba. Dengan pengungkapan CSR secara berkesinambungan dapat menaikkan nama baik perusahaan. Dimana ini salah satu tanda positif perusahaan memberikan stakeholder ataupun shareholder. Stakeholder memberikan pengaruh yang baik seperti kepercayaan dan menjadikan hasil produksi menghasilkan sesuatu pencapaian besar terhadap perusahaan sehingga hal tersebut dapat meningkatkan laba perusahaan.

Mengembangkan kualitas dan nama baik perusahaan, penggunaan CSR dapat semakin berguna bagi perusahaan bila semakin banyaknya masyarakat yang menyadari jika perusahaan menjalankan praktek tersebut. Motif dari pada pelaksanaan komunikasi CSR bisa beragam dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya. Agar setiap perusahaan tetap menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan baik perlu ditetapkannya UU PT No. 40 pasal 74 Tahun 2007, menyatakan kewajiban mutlak tak akan mampu dihindari bagi setiap orang yang memiliki usaha dalam mewujudkan responsibilitas sosial dan lingkungan.

Tanggungjawab sosial Responsibilitas bukanlah suatu hal sulit untuk dilakukan atau hal yang dapat merugikan perusahaan penetapan CSR justru membawa dampak baik bagi perusahaan, namun hingga sekarang ini masih banyak perusahaan yang tidak memiliki kesadaran akan keuntungan menetapkan CSR. Kinerja laporan keuangan bukanlah satu-satunya cara mengambil keputusan ekonomi perusahaan akan tetapi dibutuhkanya sumber informasi sosial yang jelas yang harus dilaporkan dalam laporan tahunan. Perusahaan yang menetapkan CSR dapat di lihat pada laporan keberlanjutan (*sustainability reporting awards*) sebagai sarana informasi mengenai aspek keuangan sosial dan lingkungan.

Berdasarkan pernyataan latar belakang diatas yang mendorong peneliti tertarik untuk meneliti ‘Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan (studi pada perusahaan *Winner of*

Sustainability Reportting Awards (SRA) di Bursa Efek Indonesia masa tahun 2015-2018”

LANDASAN TEORI

1.2 Teori Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap ROA

Penggunaan Responsibilitas sosial bagi banyaknya perusahaan besar untuk saat ini mampu memberikan peningkatan keuntungan kinerja keuangan yang besar pula dikarenakan banyaknya industri menggunakan pengungkapan perencanaan CSR menerangkan adanya peningkatan real nilai saham dimanna para investor tertarik untuk berinvestasi dan menanamkan modalnya. Bagi pemilik perusahaan dan Investor hal ini akan menjadi perhatian meningkatnya laba dalam perusahaan.

Peneliti Kamaludin (2010) Perseroan manufaktur tercatat di BEI melakukan pengamatan dimana kegiatan tersebut menunjukkan dampak hubungan erat Corporate Social Responsibility atas profitabilita dan citra perusahaan yang saling berkaitan. Pengukuran CSR dilakukan dengan menerapkan Corporate social Disclosure index di dalam pengamatan ini dan berdasarkan pengungkapan CSR indikator global reporting initiatives (GRI). Hasil riset menunjukan banhwa pengaruh tingkat tanggungjawab responsibilitas berdampak atas perusahaan profil rendah ROA. Keberhasilan tanggungjawab responsibilitas perusahaan berdampak terhadap stock price dan ROE perusahaan profil tinggi dan profil rendah. (*Jurnal Suciwati 2016*).

1.3 Teori pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap ROE

Merupakan pembagian sejumlah keuntungan penjualan bersih terhadap ekuitas dan ROE daalam bentuk persentase (%). Jika ROE megambarkan perhitungan selisih hasil hampir mendekati 1 maka menyatakan keefektifan serta keefisienan penerapan ekuitas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan, tetapi jika perusahaan kurang maksimal untuk mengendalikan modal yang sudah ada secara efektif dan efisien maka hasil ROE dinyatakan 0.

Menurut Investopedia (2009) dalam Kusuma (2013), menyatakan jika investor berinvestasi yang pertama kali dilihat dari semua rasio fundamental yang ada hanyalah rasio Return On Assets. Jadi, ROE disebut sebagai nilai perbandingan paling menarik terhadap penanam modal. Rasio tersebut memperlihatkan nilai dari suatu perusahaan. Apabila nilai rasio ROE semakin tinggi itu berarti gambaran perusahaan juga semakin meningkat, jika itu terjadi maka akan ada keinginan calon penanam modal untuk menanamkan sahamnya diperusahaan tersebut.

1.4 Teori Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap PBV

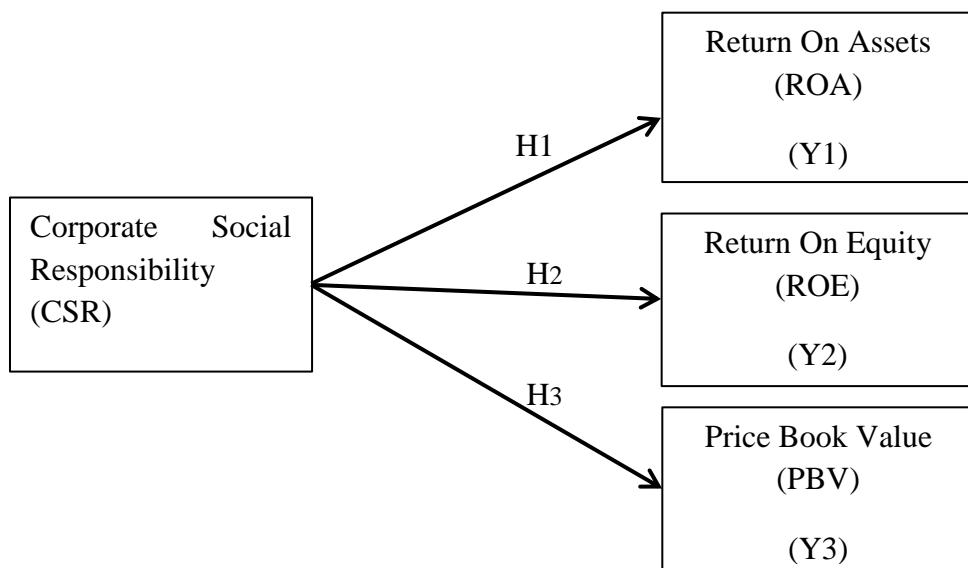
Penggunaan CSR dalam perusahaan menjadi suatu aktivitas perusahaan untuk mendapatkan target dalam waktu singkat ataupun secara berkepanjangan. Faktor keuangan bukanlah suatu keputusan perusahaan yang menjadi dasar patokannya, namun yang lebih penting adalah faktor pengaruh sosial lingkungan perusahaan di masyarakat. Berlandaskan kondisi tersebut, bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan

berkaitan dengan baik antara pembangunan yang berkelanjutan, serta ekspansi yang terus-menerus tersebut mempunyai efek berkepanjangan dalam perusahaan.

Penerapan SCR mengakibatkan meningkatnya produktifitas perusahaan yang dilihat dari harga saham dan keuntungan yang dimiliki perusahaan yang menjadi tolak ukur penanam saham yang menanamkan modal diperusahaan.”Penelitian terdahulu yang meneliti yakni Putra, ddk (2013) dan Rosiana, ddk (2013) membuktikan jika CSR memiliki pengaruh baik (positif) untuk nilai-nilai perusahaan yang menerapkannya”.

1.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual digambarkan dalam bentuk model dibawah ini:



Skema 1.1. Model Konseptual

1.6 Hipotesis Penelitian

H1 : Corporate Social Responsibility (CSR) memprediksi adanya pengaruh atas Return On Assets (ROA).

H2 : Corporate Social Responsibility (CSR) memprediksi adanya pengaruh atas Return On Equity (ROE).

H3 : Corporate Social Responsibility (CSR) memprediksi adanya pengaruh atas Price Book Value (PBV).