

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan harus meningkatkan kinerja yang berbanding lurus dengan laba perusahaan demi kepentingan stakeholder internal maupun eksternal. Menurut IAI (2012:10), tujuan dari laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas, yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan ekonomi.

Menurut Wijayanti (2011) Kinerja keuangan perusahaan adalah salah satu faktor penting untuk menilai keseluruhan kinerja perusahaan itu sendiri. Mulai dari penilaian aset, utang, likuiditas, dan lain sebagainya. Beberapa indikator yang dapat digunakan dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan antara lain *cash flow* atau aliran dana per transaksi, profitabilitas, likuiditas, struktur keuangan dan investasi atau rasio pemegang saham. Profitabilitas perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Earning Per Share (EPS)*.

Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuk industrinya, bertujuan untuk mencetak laba yang optimal guna meningkatkan kekayaan pemilik saham dan juga kinerja keuangan perusahaan akan tetapi itu saja tidak cukup, Sundari (2011) menjelaskan bahwa keberlanjutan bisnis perusahaan tidak terjamin bila hanya mengandalkan laba yang tinggi semata, tetapi perusahaan juga harus memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Kinerja Keuangan merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada pihak manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* kepada pemegang saham secara lebih luas. Kinerja keuangan perusahaan juga

disinyalir sebagai faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi landasan dasar untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang cukup signifikan. Maka dari itu apabila semakin tinggi tingkat kinerja keuangan perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan, maka pengungkapan informasi tanggung jawab sosial akan cenderung semakin besar pula (Syahnaz 2013).

Kemampuan perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi dimana perusahaan itu beroperasi. Oleh karena itu, model piramida CSR harus difahami sebagai satu kesatuan. Sebab, CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines, yaitu *profit*, *people* dan *planet* (3P). *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 (ekoturisme). (Porter,2002).

Citra perusahaan yang buruk dan sering dimunculkan di media massa, jelas tidak mendukung kelancaran operasional perusahaan dan bersifat kontraproduktif terhadap upaya peningkatan produktivitas dan keuntungan. Kini semakin diakui bahwa perusahaan, sebagai pelaku bisnis, tidak akan bisa terus berkembang, jika menutup mata atau tak mau tahu dengan situasi dan kondisi lingkungan sosial tempat ia hidup. Dalam kaitan itulah, penerapan CSR dipandang sebagai sebuah keharusan. CSR bukan saja sebagai tanggung jawab, tetapi juga

sebuah kewajiban. CSR adalah suatu peran bisnis dan harus menjadi bagian dari kebijakan bisnis. Maka, bisnis tidak hanya mengurus permasalahan laba, tapi juga sebagai sebuah institusi pembelajaran. Bisnis harus mengandung kesadaran sosial terhadap lingkungan sekitar (Tanujaya, 2006).

Penerapan CSR di Indonesia semakin meningkat baik dalam kuantitas maupun kualitas. Selain keragaman kegiatan dan pengelolaannya semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi finansial, jumlahnya semakin besar. Hasil Penelitian PIRAC (2011) menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dollar AS dari 180 perusahaan dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial terekam oleh media massa. Meskipun dana ini masih sangat kecil jika dibandingkan dengan dana CSR di Amerika Serikat, dilihat dari angka kumulatif tersebut, perkembangan CSR di Indonesia cukup mengembirakan. Angka rata-rata perusahaan menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta per kegiatan. Sebagai perbandingan, di AS porsi sumbangan dana CSR pada 1998 mencapai 21,51 miliar dolar dan tahun 2000 mencapai 203 miliar dollar atau sekitar 2.030 triliun rupiah (Harahap, 2014).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu faktor yang dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan. Menurut Darvan (2013), jika suatu perusahaan mempunyai angka ROA yang tinggi maka perusahaan tersebut berpeluang besar akan mengalami pertumbuhan, sedangkan apabila nilai ROE semakin besar maka tingkat pengembalian atas modal akan tinggi dan hal ini akan menarik para investor untuk menanamkan modal. Akan tetapi menurut Ghilyer (2012) akan terjadinya konflik kepentingan ketika suatu perusahaan melakukan aktivitas tanggung jawab sosialnya. Sebagai agen, perusahaan harus mementingkan kepentingan investor yang cenderung lebih memilih memaksimalkan laba dibanding melakukan kegiatan sosial. Perusahaan tidak bisa menjadikan kegiatan tanggung jawab sosialnya sebagai sebuah bentuk kegiatan amal karena sumber daya yang dimilikinya berasal dari kekayaan investor. Di sisi lain, perusahaan juga harus menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* lainnya seperti pemasok, karyawan, masyarakat, dan lain lain.

Adanya kepentingan yang berbeda dari shareholder dan stakeholder lainnya membuat tujuan dari kegiatan CSR menjadi tidak jelas.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya ditetapkan oleh PP No.47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan Perseroan Terbatas, sehingga dari peraturan tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan dalam mengoperasionalkan usahanya wajib melakukan pertanggungjawaban atas kondisi sosial dan lingkungan dan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan.

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan. Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Menurut konsep CSR, sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang (Syahnaz,2013).

Menurut Ambadar (dalam Wijayanti. 2011), beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi:

- 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan,
- 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja,
- 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan,

4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan. Penelitian Hartini (2008), menggunakan ROE dan CAR (*cummulative abnormal return*) sebagai proksi kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROEt+1. Variabel control (*leverage, size* dan *growth* secara statistik juga berpengaruh signifikan terhadap ROEt+1. Sementara itu pada model kedua pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel CAR, namun variabel kontrol (*leverage, size* dan *growth* secara statistik berpengaruh signifikan terhadap CAR.

Yaparto (2011), yang menggunakan objek penelitian perusahaan di sektor perbankan yang menggunakan ROA, ROE dan EPS (*Earning Per Share*) sebagai proksi kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Earning Per Share* (EPS).

Wijayanti (2011), menggunakan ROA, ROE dan EPS (*earning per share*) sebagai proksi kinerja perusahaan. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk ke dalam industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan periode penelitian hanya 1 tahun, yaitu 2008. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* sedangkan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return on aset* dan *earning per share*.

Rahmadhana (2015), mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan, menggunakan CSR sebagai variabel independen dan menggunakan ROA, ROE, dan ROS sebagai proksi kinerja perusahaan serta

menggunakan *SIZE* (ukuran), *GROWTH* (perutmbuhan penjualan) dan *LEVERAGE* sebagai variabel kontrol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan.

Adanya hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan seperti kinerja ROA, ROE maupun EPS mengisyaratkan masih perlunya menguji kembali pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan dalam konteks tahun pengamatan dan sampel yang digunakan yang berbeda. Penelitian ini mereplikasi penelitian yang telah dilakukan oleh Yaparto (2011), yang juga menganalisis pengaruh yang diberikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penggunaan periode pengamatan, dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan 1 (satu) tahun pengamatan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan 5 (lima) tahun pengamatan, yaitu tahun 2012-2016. Penambahan populasi dan sample ini dimaksudkan agar hasil penelitian dapat memberikan informasi yang lebih akurat mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan, dimana jika periode penelitian yang relatif pendek maka hanya akan menyebabkan pengaruh CSR tidak nampak karena pengungkapan CSR bertujuan untuk jangka panjang.

Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan transportasi. Perusahaan transportasi digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pertimbangan bahwa perusahaan transportasi dinilai berkaitan langsung dengan masalah sosial yang terkait dengan operasional perusahaan seperti, masalah lingkungan, produk yang dihasilkan, dan karyawan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan (Pada Perusahaan Transportasi Periode 2012 – 2016)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka terdapat identifikasi masalah terhadap kinerja keuangan perusahaan, maka penulis ingin menelaah lebih lanjut tentang beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan (ROA dan ROE) pada Perusahaan Transportasi di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan (ROA dan ROE) pada perusahaan transportasi di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

Manfaat Teoritis

Bagi pihak perusahaan, hasil dari penelitian ini secara teoritis dapat memberikan sumbangan wawasan dan acuan perusahaan untuk melaksanakan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Manfaat Praktis

Bagi kalangan akademisi, hasil dari penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan kontribusi dan informasi yang berguna untuk kajian akademik tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan.