

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Berbicara tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau juga dikenal dengan *Triple Bottom Line* (*Economic, Social, and Environmental*) bukan ide baru dan telah ada sejak abad ke-19, yang dimulai dengan revolusi industri. Tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha. Di Indonesia sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahny kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. Sejalan dengan perkembangan tersebut, Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Terdapat pandangan yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya dinilai dari kinerja finansialnya saja tetapi juga dinilai dari kinerja sosial perusahaan (*Corporate Social Performance*), yaitu bagaimana perusahaan tidak hanya memuaskan para pemilik modal tetapi juga harus memuaskan seluruh *Stakeholdernya*, merupakan salah satu faktor yang menyebabkan mulai munculnya pandangan bahwa perusahaan harus melaksanakan aktivitas sosial, disamping aktivitas operasionalnya. Isu tentang CSR muncul karena adanya berbagai tekanan dari pihak luar, seperti adanya usaha penelitian yang intensif dari berbagai Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) tentang peran perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Isu-isu tentang kerusakan lingkungan, hak-hak kaum buruh yang terabaikan oleh perusahaan, skandal keuangan atau masalah-masalah sosial yang timbul sebagai akibat dari aktivitas operasional perusahaan menggugah aktivis dari Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk melakukan penelitian dan menuntut perusahaan memberikan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.

Bank Dunia menyatakan bahwa tanggung jawab sosial terdiri dari beberapa komponen utama: perlindungan lingkungan, jaminan kerja, hak azasi manusia, interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, standar usaha, pasar, pengembangan ekonomi dan badan usaha, perlindungan kesehatan, kepemimpinan dan pendidikan, bantuan bencana kemanusiaan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat didefinisikan sebagai berikut “...*the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community... , and society at large.*” (World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), 2008). Ini berarti bahwa CSR bukan hanya sekedar pemberian “cek” atau “sumbangan” kepada masyarakat sekitar, melainkan mempunyai makna lebih dari itu, yaitu untuk mengembangkan masyarakat sekitar (*Community Development*) terutama dalam hal pengembangan perekonomian masyarakat sekitar. Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai bagian dari strategi bisnisnya. *Survey* global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan . Salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. Meskipun belum bersifat *Mandatory*, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya .

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR .

Jika sebuah perusahaan ingin mengembangkan CSR maka harus memiliki *Corporate Social Responsiveness*, yaitu bagaimana perusahaan dapat sensitif terhadap masalah sosial yang terjadi dan kemudian dapat tanggap terhadap masalah-masalah sosial yang muncul. *Corporate Social Responsiveness* berkaitan dengan masalah bagaimana setiap perusahaan

merespon masalah sosialnya dan kemampuan perusahaan menentukan masalah sosial mana yang harus direspon. Tentu saja tidak semua masalah sosial yang timbul dapat direspon karena masalah sosial bersifat sangat kompleks dan luas . Maka dari itu perusahaan perlu memfokuskan pada arah mana aktivitas CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan agar tepat sasaran dan akhirnya dapat mencapai tujuan yang diinginkan secara efisien dalam penggunaan sumber dayanya.

Keberhasilan CSR sendiri dapat diukur melalui indikator yang disebut dengan *Corporate Social Performance*. *Corporate Social Performance* merupakan hal yang cukup penting bagi citra (*Reputation*) perusahaan, terutama untuk jangka panjang perusahaan yang dapat memberi kontribusi cukup berarti dalam pengembangan berkelanjutan bagi perusahaan. Dengan demikian *Corporate Social Performance* dapat menjadi salah satu ukuran bagi citra atau reputasi perusahaan. Citra atau reputasi perusahaan sendiri merupakan salah satu aset yang sangat berharga. Dari sini dapat dijadikan titik tolak mengapa CSR merupakan salah satu komponen kunci yang penting bagi pengembangan reputasi perusahaan. CSR juga dapat dijadikan semacam “asuransi jaminan” yang diperlukan untuk melindungi perusahaan jika sewaktu-waktu terjadi sesuatu yang tidak diharapkan dan dapat menjaga keberlangsungan aktivitas perusahaan agar terus berlangsung secara *Sustainable*. Selain dengan *Corporate Social Performance*, CSR juga dapat diukur dengan menggunakan *KLD score* .

Di dalam ekonomi modern peran swasta antara lain melalui pasar bebas, privatisasi dan globalisasi maka peran swasta semakin luas berinteraksi dan bertanggung jawab serta memiliki tanggung jawab sosial dengan masyarakat dan pihak lain. Kondisi ini membuat peranan pemerintah semakin berkurang tidak terkecuali dalam hal pelayanan publik. Pelayanan publik yang dulu dikuasai pemerintah kini diambil alih oleh swasta dengan manajemen dan kualitas yang lebih baik. Namun tentu saja harus dibayar dengan lebih mahal oleh publik untuk mendapatkan kualitas yang baik.

Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya dalam bidang pembangunan sosial dan ekonomi tetapi juga dalam hal lingkungan hidup. Sebagaimana diketahui tiga pilar utama dalam *Corporate Citizenhip* adalah keuangan, sosial dan lingkungan. Tentu saja perusahaan swasta harus bekerja sama dengan pihak lain dalam hal ini pemerintah

dan masyarakat.

Jika perusahaan melaksanakan CSR, maka perusahaan tersebut mempunyai motif untuk meningkatkan keuntungan. Motif yang kedua, perusahaan melaksanakan CSR, untuk mengurangi ancaman atau tekanan dari pemerintah atau aktivis LSM. Motif yang ketiga adalah karena kesadaran moral, tanpa pamrih untuk mendapatkan keuntungan finansial, perusahaan secara sadar merespon kebutuhan akan pentingnya perhatian pada lingkungan. Ketiga motif di atas, dapat diketahui bahwa gerakan yang dilakukan perusahaan sebenarnya apakah bersifat strategis atau etis.

Kelompok biaya sosial dan media pengungkapan yang paling banyak dipilih oleh perusahaan adalah : penyajian biaya pengelolaan lingkungan di dalam prospektus, Biaya kesejahteraan pegawai yang disajikan di dalam catatan atas laporan keuangan, Biaya untuk masyarakat di sekitar perusahaan yang disajikan di dalam laporan tahunan, Biaya pemantauan produk yang disajikan di dalam catatan atas laporan keuangan. Variabel independen penelitian ini tidak hanya mewakili kepedulian sosial perusahaan pada kesejahteraan karyawan dan komunitasnya, tetapi juga kepedulian perusahaan pada lingkungannya, yang dalam penelitian ini antara lain berupa program kemitraan dan bina lingkungan perusahaan Perbankan. Variabel dependen pada penelitian ini hanya menggunakan Nilai Perusahaan (*Firm Value*). Penelitian ini menganalisis pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* perusahaan yang antara lain terdiri dari biaya-biaya sosial yang meliputi biaya bina lingkungan, biaya kemitraan dan biaya kesejahteraan karyawan terhadap variabel penentu kinerja keuangan perusahaan, yakni Nilai Perusahaan (*Firm Value*).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen karena secara teoritis ketika perusahaan semakin meningkatkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* maka dapat meningkatkan nilai dari perusahaan dan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Masalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan sosial semakin banyak disoroti, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh kepedulian sosial perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terhadap profit yang dihasilkannya. Biaya-biaya sosial sebagai wujud pelaksanaan CSR perusahaan dikaitkan

dengan Nilai Perusahaan (*Firm Value*). Penelitian ini menggunakan populasi penelitian perusahaan-perusahaan yang telah terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia), dimana perusahaan yang sudah terdaftar tersebut mendapatkan sorotan yang cukup luas dari publik. Informasi tentang aktivitas operasional dan informasi keuangan perusahaan tersebut juga dapat diakses secara terbuka oleh publik, sehingga perusahaan memang perlu melaksanakan dan mengungkapkan CSR.

Sampel penelitian yang digunakan adalah perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 sampai 2018. Perusahaan perbankan dipilih karena setiap perusahaan perbankan tersebut telah melakukan tanggung jawab sosial perusahaan dan menyertakannya dalam laporan keuangan maupun laporan tahunan secara jelas dan terpisahkan dengan akun lain. Alasan selanjutnya adalah bahwa bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan perbankan lebih jelas dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang sama-sama listing di BEI. Di setiap perusahaan *go public*, implementasi CSR-nya kurang identik satu sama lain, sehingga menyusahakan dalam pengambilan variabel penelitian. Dalam perusahaan perbankan, bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dari perbankan satu dengan yang lain adalah sama, yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, sehingga akan memudahkan proses penelitian. Untuk kesejahteraan karyawan, disetiap perusahaan secara garis besar adalah sama sehingga akan memudahkan proses penelitian.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian terdahulu yang mempunyai perbedaan hasil penelitian dalam variabel CSR yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*). Inilah yang akan menjadi perbedaan dalam penelitian ini, sehingga menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan perbedaan tersebut.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas ditemukan perbedaan yang menjelaskan bahwa variabel biaya bina lingkungan, biaya kemitraan, dan biaya kesejahteraan karyawan, sebagai indikator tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*), maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Biaya Bina Lingkungan sebagai indikator tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*)?

2. Apakah Biaya Kemitraan sebagai indikator tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*)?
3. Apakah Biaya Kesejahteraan Karyawan sebagai indikator tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris pengaruh biaya bina lingkungan, biaya kemitraan dan biaya kesejahteraan sebagai indikator tanggung jawab sosial terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*).

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

1. Memberikan pemahaman mengenai pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*).
2. Memberikan masukan bagi pengembangan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan, dan meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, serta sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial perusahaan.
3. Menambah studi literatur mengenai pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (*Firm Value*), dan memberikan landasan bagi peneliti selanjutnya di bidang yang sama di masa yang akan datang.

### 1.5 Sistematika Penulisan

#### Bab I Pendahuluan

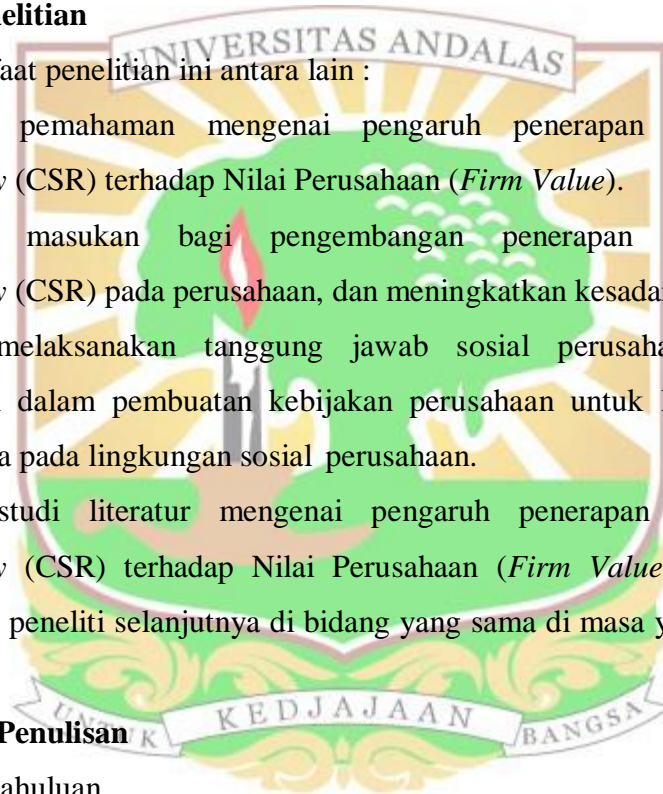
Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, Hipotesis serta Sistematika Penulisan.

#### Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi tentang pengertian *Firm Value*, *Corporate Social Responsibility* (CSR).

#### Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi gambaran umum perusahaan sampel, Populasi, Sampel,



Metode Pengumpulan Data, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian, Instrumen Penelitian, Metode Analisis Data.

Bab IV Analisis Data

Bab ini berisi Pelaksanaan Penelitian, Pengujian Instrumen Penelitian. Analisis Data.

Bab V Kesimpulan

Bab ini berisi Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian dan Saran.

