

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian dunia yang semakin berkembang membuat perusahaan-perusahaan di Indonesia harus dapat meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing di era globalisasi ini. Kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang dapat menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuannya. Salah satu tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan laba karena, laba sangat berperan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan sesuai dengan prinsip *going concern*. Laba merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Menurut Manurung (2014), *Profitabilitas* yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dan pemegang saham. Bagi perusahaan, akan mendapatkan suntikan dana dari investor dan menaikkan nilai pasar perusahaan tersebut. Sedangkan bagi investor, akan mendapatkan keuntungan berupa deviden atau *capital gain* dari investasi tersebut.

Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuk industrinya, bertujuan untuk mencetak laba yang optimal guna meningkatkan kekayaan para pemilik saham. Namun itu saja belum cukup, keberlanjutan bisnis perusahaan (*sustainable business*) tidak terjamin bila hanya mengandalkan laba yang tinggi semata, tetapi perusahaan juga harus harus

memperhatikan keadaan sosial disekitarnya. Menurut Kusumadilaga (2010), berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia.

Contoh kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan perusahaan industri barang konsumsi yaitu kasus yang terjadi pada PT Unilever Indonesia, Tbk. perusahaan ini bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan dan minuman dari teh dan produk-produk kosmetik. Pada tahun 2014 salah satu pemasok bahan baku untuk produk unilever yaitu minyak kelapa sawit (CPO) dari PT SMART, Tbk mendapat laporan dari Greenpeace bahwa adanya pelanggaran peluasan lahan perkebunan sawit yang mengakibatkan perusakan hutan. Berdasarkan kasus ini, pihak unilever dikenakan sanksi pencemaran lingkungan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dan dituntut untuk lebih memperhitungkan keadaan lingkungan sekitar dalam proses produksinya. (www.antarnews.com).

Kasus pencemaran lingkungan juga terjadi pada PT Sekar Laut Tbk. Senin 4/12/2017, ratusan warga yang tergabung dalam gerakan Anak Sidoarjo Setia (Ganass) memprotes pencemaran limbah yang dibuang ke sungai, oleh PT Sekar Laut Grup, masa juga menutup saluran dengan semen menggunakan satu unit truk molen. Bau tidak sedap mengganggu

warga sejak puluhan tahun lalu. Namun warga tidak bisa berbuat banyak. Warga pun khawatir dengan kesehatan anak-anaknya. Kata Chamim kepada wartawan di depan PT Sekar Laut Tbk. (detik.com)

Adapun bentuk pertanggungjawaban perusahaan untuk mengatasi permasalahan terhadap lingkungan yaitu dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Istilah CSR mulai digunakan pada tahun 1970-an dan kemudian menjadi semakin populer dengan diterbitkannya buku karangan John Elkington yang berjudul “*cannibals with forks: The Triple Bottom Line in 21st century Business*” pada tahun 1997. Dalam bukunya tersebut, Elkington mengemas konsep *Triple Bottom Line* yang terdiri dari tiga pilar pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yaitu pertumbuhan ekonomi (*economic growth*), perlindungan lingkungan (*environmental protection*) serta keadilan sosial (*social equity*) ke dalam 3P yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Menurutnya, perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) namun juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), Satria (2013).

CSR bukan hanya kegiatan amal, dimana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang

merupakan kepentingan internal perusahaan, Hernitra (2011). Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan, Tamba (2011).

Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui laporan CSR yang dipublikasikan, Nurwahidah, (2015).

Menurut Nurwahidah (2015), Pengungkapan CSR disinyalir dapat dipengaruhi beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah *profitabilitas*. Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang mempunyai *profitabilitas* tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan, Pernyataan serupa juga

diungkapkan oleh Meek, Roberts & Gray (1995) yang mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki profit lebih besar harus lebih aktif dalam melaksanakan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa *profitabilitas* mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. *Profitabilitas* dan pengungkapan CSR memiliki keterkaitan satu sama lain. *Profitabilitas* yang tinggi memicu para *stakeholder* untuk meningkatkan kepentingan dan harapan mereka akan transparansi yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR adalah bentuk implementasi perusahaan untuk memenuhi harapan dari para *stakeholder* yang ingin mendapatkan informasi lebih terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *profitabilitas* yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar.

Adapun Bentuk CSR yang dilakukan salah satu perusahaan sektor industri barang konsumsi seperti yang dilakukan oleh PT Nippon Indosari Corporindo, Tbk. sebagai produsen makanan, perseroan memiliki potensi terjadinya pencemaran lingkungan yang mungkin dapat disebabkan oleh limbah produksi. Untuk mengantisipasi potensi munculnya pencemaran lingkungan hidup, perseroan senantiasa menerapkan dan melaksanakan sistem pengelolaan lingkungan dimana pengelolaan limbah dilakukan dengan memperhatikan standar dan pelaksanaannya dilaporkan secara berkala kepada badan lingkungan hidup. Selain itu perusahaan juga melakukan pengembangan sosial kemasyarakatan, tanggung jawab

terhadap kesehatan dan keselamatan kerja, serta tanggung jawab terhadap produk dan perlindungan konsumen.

Menurut Kusumadilaga (2010), 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 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. *Corporate Social Responsibility* 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, Khitam (2014). 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.

Dana yang digunakan untuk CSR ini di ungkapkan dalam laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan. Dana yang telah dialokasikan untuk CSR tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap perusahaan, khususnya kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan merupakan ukuran umum yang biasa digunakan investor untuk menilai prestasi dari perusahaan, sehingga investor dapat memutuskan untuk mempertahankan investasinya atau tidak. kinerja keuangan juga biasa digunakan untuk menunjukkan kepada pemilik modal, pelanggan, atau masyarakat bahwa perusahaan memiliki kredibilitas yang baik.

Salah satu analisis yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan oleh investor adalah analisis rasio keuangan. Penelitian ini memfokuskan terhadap rasio *profitabilitas* dengan *Return On Asset* sebagai indikatornya. Menurut Hanafi (2015:42), ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. *Return On Asset* (ROA) dapat menunjukkan keuntungan yang diperoleh perusahaan, karena rasio ini menggambarkan pengembalian atas aset yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan penerapan CSR ini diharapkan juga akan mampu memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan perusahaan demi keberlangsungan perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan ROA menunjukkan kemampuan atas modal

yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba, Hernitra (2011).

Primayudhana (2015), telah melakukan penelitian tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *profitabilitas* perusahaan sektor industri dasar dan kimia. Hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh positif signifikan *Corporate Social Responsibility* terhadap *profitabilitas*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hernitra (2011), tentang pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *profitabilitas* perusahaan dimana, hasil penelitian menunjukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Profitabilitas*.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian. Dimana, penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang merupakan cabang dari perusahaan manufaktur. perusahaan sektor industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang juga memiliki peran sebagai penyebab terjadinya pencemaran lingkungan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Profitabilitas* Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* Sosial Responsibility (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai cost, melainkan investasi perusahaan.

1.3 Rumusan masalah

Dari identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap *Profitabilitas* ?

1.4 Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap *Profitabilitas*

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya yang menyangkut dengan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap *profitabilitas* perusahaan. Di samping itu hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai referensi untuk perbandingan dengan penelitian yang sejenis dimasa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Dapat memberikan gambaran terhadap perusahaan mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap *profitabilitas* pada semua perusahaan khususnya pada perusahaan yang bergerak dibidang sektor industri barang konsumsi.

