

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1970 adalah awal bagi dunia bisnis untuk memasuki era industrialisasi. Perusahaan mulai bergerak sangat cepat untuk mengeksploitasi sumber daya alam yang ada dan menggunakan mesin-mesin industri yang dapat berpotensi membahayakan lingkungan. Bahaya yang timbul akibat penggunaan mesin-mesin industri dan eksploitasi sumber daya alam yang tidak diimbangi dengan pengelolaan dan perawatan secara berkelanjutan ini memicu berbagai macam kerusakan alam, seperti terjadinya *global warming* yang mengakibatkan perubahan iklim yang tidak menentu, pencemaran air dan udara, serta semakin punahnya habitat satwa liar akibat rusaknya hutan yang merupakan tempat tinggal bagi satwa liar yang ada. Perusahaan belum dapat memberikan perhatian terhadap lingkungan alam sekitar yang terkena dampak negatif dari aktivitas perusahaan.

Kerusakan lingkungan tidak dapat ditanggulangi seiring dengan perkembangan perusahaan yang juga semakin meningkat. Hal ini pun memicu gerakan aktivis lingkungan yang ingin agar perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan operasionalnya berhubungan langsung dengan alam dapat bertanggungjawab, karena perusahaan-perusahaan seperti itulah yang memiliki dampak terbesar dalam kerusakan lingkungan, sehingga melalui

pertanggungjawaban perusahaan atas penurunan kondisi alam tersebut tetap terjaga dan terciptalah ekosistem alam yang berkelanjutan.

Pada tahun 2002, di Yohannesberg, disusunlah sebuah konsep yang mendukung agar terjadinya *economic sustainability* dalam dunia bisnis. Konsep tersebut dikenal hingga saat ini yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial. CSR merupakan suatu gagasan yang baik yaitu mengajak perusahaan untuk dapat menjalankan bisnis secara beretika dan bertindak secara legal. Menurut Ananta (2010), CSR merupakan komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas.

Kusumadilaga (2010) menyatakan sebuah pendapat yaitu *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bentuk etika berbisnis yang wajib dilakukan oleh suatu perusahaan, karena perusahaan-perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban yang bersifat ekonomi maupun bersifat legal terkait dengan pihak-pihak pemegang saham perusahaan atau yang disebut dengan *shareholders*, namun juga memiliki tanggung jawab terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam perusahaan seperti pihak-pihak *stakeholders*. Pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan yang beretika ini berkaitan dengan dasar penerapan CSR yaitu *Triple Bottom Line*. Konsep ini telah dikenal dan telah menjadi perhatian bagi dunia usaha karena kesadaran akan pentingnya menjalankan bisnis yang bertanggung jawab. Dalam konsep *triple Bottom Line* telah dikenal 3 dasar penting, yaitu yang pertama adalah keuntungan atau profit,

dimana perusahaan dalam kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Namun hal tersebut harus diimbangi dengan perhatian perusahaan terhadap *people* atau masyarakat serta *planet* atau lingkungan hidup yang ada. perhatian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan adalah hal penting, karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungan sosial sehingga sudah sepatutnya perusahaan memperhatikan hal tersebut. Namun pada kenyataannya, Tanggung jawab sosial belum dapat dijalankan secara berkelanjutan dan tingkat kesadaran perusahaan untuk membangun bisnis yang beretika dan bertanggung jawab masih rendah, beberapa perusahaan masih berfokus pada keuntungan yang akan diperoleh, selain itu beberapa perusahaan juga masih menganggap bahwa CSR merupakan beban biaya bagi perusahaan dan bukan menjadi suatu investasi bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Kondisi lingkungan yang belum dapat ditangani secara baik, menimbulkan beberapa fenomena-fenomena baru yang perlu diperhatikan oleh perusahaan jika ingin memiliki perusahaan yang berkelanjutan. Salah satu fenomena tersebut adalah semakin meningkatnya kesadaran konsumen sebagai *end-used* produk yang dihasilkan perusahaan sehingga muncul suatu Gerakan Konsumen Hijau (*green consumer*) dimana konsumen bergerak untuk menggunakan produk-produk perusahaan yang ramah lingkungan atau yang dikenal dengan nama *responsible consumption product* atau yang populer disebut *RC product*. Dalam majalah SWA (2014) menyatakan indikator merebaknya konsumen hijau, misalnya, tampak di Amerika Serikat, selama 2002-2011, pasar makanan organik tumbuh 238%, sementara pasar makanan secara keseluruhan hanya naik 33%. Kemudian di

Spanyol, Italia, dan Jepang juga kian banyak konsumen yang hanya mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan peduli lingkungan. Hal inilah menjadi dorongan kuat bagi perusahaan untuk melakukan inovasi produk atau proses operasional perusahaan yang aman bagi lingkungan jika ingin tetap bertahan dalam dunia usaha masa kini dan mendatang.

Perkembangan CSR di Indonesia belum mengalami peningkatan yang signifikan, hanya terdapat ±50 perusahaan *go public* yang telah melakukan *corporate social responsibility* dan masih tergolong rendah jika melihat total keseluruhan perusahaan *go public* yang ada di Indonesia. Kondisi ini pun semakin memicu kesenjangan antara perusahaan dan masyarakat karena tidak adanya hubungan antara kedua pihak dan adanya perkembangan pemahaman CSR yang menimbulkan kekeliruan sehingga terdapat kegiatan-kegiatan penerapan CSR yang tidak tepat sasaran.

Rudito dan Famiola (2013) mengemukakan beberapa alasan yang menjadi pendorong pelaksanaan kegiatan CSR oleh perusahaan yaitu, yang pertama, CSR merupakan aktivitas persaingan dengan perusahaan lain untuk menjaga pelanggan dari produk yang diciptakan, yang kedua, karena adanya desakan kuat dari kondisi masyarakat, yang ketiga, karena kebutuhan perusahaan terhadap masyarakat sekitar perusahaan agar masyarakat dapat menerima kehadiran perusahaan, yang keempat, karena CSR merupakan suatu kewajiban yang dibebankan karena ada aturan dari pemerintah, dan yang terakhir, adalah untuk membangun dan menciptakan *image* perusahaan yang baik.

Menurut Mardikanto (2014) CSR dapat memberikan dampak yang luas tidak hanya bagi perusahaan itu sendiri, namun juga dapat memberikan dampak bagi komunitas yang ada. beberapa manfaat CSR adalah reputasi dan citra perusahaan yang lebih baik, karena dengan adanya CSR tentu saja tata kelola perusahaan semakin bertanggung jawab (memproduksi produk/jasa yang ramah lingkungan, memiliki infrastruktur dan lingkungan yang baik, dan lain-lain) sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu dengan reputasi yang baik pun akan dapat menarik tenaga kerja, pemasok, hingga menarik konsumen atau pelanggan yang bermutu dan menjadi keunggulan kompetitif yang tinggi. Manfaat yang kedua dari penerapan CSR adalah bagi komunitas disekitar perusahaan maupun masyarakat pada umumnya, yaitu dapat menciptakan kesempatan kerja dan pengalaman kerja serta dapat membuka peluang investasi untuk keberlangsungan usaha yang dimiliki oleh masyarakat.

Manfaat tersebut telah dirasakan oleh perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan CSR secara berkelanjutan. Perusahaan-perusahaan tersebut masuk dalam indeks sri-kehati dimana dalam kegiatan operasional perusahaan tetap bertanggungjawab dan melaksanakan CSR dengan komitmen yang tinggi. Indeks sri-kehati merupakan indeks yang menunjukkan pergerakan pertumbuhan perusahaan-perusahaan yang tidak hanya taat terhadap regulasi yang berlaku namun juga memiliki tata kelola atau yang biasa disebut dengan Good Corporate Governance yang selanjutnya disebut GCG. Dalam indeks sri-kehati terdapat 25 perusahaan terbaik yang telah memiliki GCG dan CSR yang baik ditengah-tengah persaingan perusahaan yang ketat.

CSR telah menjadi budaya bagi perusahaan-perusahaan yang masuk dalam indeks sri-kehati, hal ini dapat dilihat dari perilaku perusahaan yang secara terus menerus mempertahankan kinerja tanggung jawab sosial yang ada sehingga menciptakan nilai positif untuk pembangunan yang berkelanjutan baik untuk lingkungan maupun mendukung pembangunan nasional. Perusahaan-perusahaan sri-kehati adalah perusahaan-perusahaan yang menyadari perannya sebagai anggota kelompok sosial sehingga harus bertindak secara legal dan beroperasi secara beretika untuk kehidupan bersama.

Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa pengungkapan CSR memberikan dampak positif bagi perusahaan. Chusnul Khitam (2014) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. I Dewa Ketut Yudyadana (2011) mengungkapkan bahwa CSR secara parsial yaitu dalam aspek sosial berpengaruh positif terhadap *Assets Turnover* yang merupakan proaksi kinerja perusahaan jangka pendek, sedangkan secara simultan CSR berpengaruh terhadap *Market to Book Ratio* sebagai proksi kinerja perusahaan jangka panjang. Danu Candra Indrawan (2011) mengemukakan hal yang sama bahwa CSR memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Rimba Kusumadilaga (2010) juga mengungkapkan hal yang sama bahwa pengungkapan CSR memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR memberikan dampak yang baik bagi nilai perusahaan dan tentunya memberikan dampak positif secara luas terhadap lingkungan sosial.

Pelaksanaan CSR yang berbeda-beda oleh setiap pelaku bisnis tentunya menciptakan nilai perusahaan yang berbeda. Perusahaan sri-kehati yang merupakan kumpulan 25 perusahaan terbaik dalam hal tata kelola dan juga pelaksanaan CSR yang berkelanjutan sehingga menciptakan nilai perusahaan yang positif, berbeda dengan perusahaan-perusahaan non sri-kehati baik secara tata kelola serta pelaksanaan CSR yang ada. Perbedaan komitmen perusahaan untuk melaksanakan tata kelola dan CSR yang berkelanjutan inilah yang ingin diuji oleh peneliti dengan membandingkan nilai perusahaan yang masuk dalam indeks sri-kehati dengan perusahaan yang tidak masuk dalam indeks sri-kehati. Untuk membandingkan nilai perusahaan, peneliti menguji dari 2 sisi yaitu, yang pertama, kinerja keuangan dengan menggunakan *Economic Value Added (EVA)*. Dalam Moses L Singgih (2008), EVA sebagai metode yang memperhitungkan biaya modal sebagai pengganti risiko perusahaan diyakini merupakan metode yang tepat untuk mengukur nilai perusahaan, selain itu EVA juga mampu mencerminkan nilai bisnis riil perusahaan karena melibatkan perhitungan biaya modal yang mencerminkan pengembalian yang dibutuhkan untuk menutup resiko yang dihadapi perusahaan. yang kedua, yaitu dari sisi kinerja pasar perusahaan, peneliti menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q dapat digunakan sebagai pengukur kinerja perusahaan dari sisi pasar yang tercermin dalam harga saham perusahaan, selain itu dari hasil-hasil penelitian yang ada Tobin's Q banyak membantu investor untuk mempertimbangkan kinerja (*comparative performance*) perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan (EVA) antara perusahaan sri-kehati dengan perusahaan non sri-kehati ?
- 2) Apakah terdapat perbedaan kinerja pasar (Tobin's Q) antara perusahaan sri-kehati dengan perusahaan non sri-kehati ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan (EVA) antara perusahaan sri-kehati dengan perusahaan non sri-kehati.
- 2) Untuk mengetahui perbedaan kinerja pasar (Tobin's Q) antara perusahaan sri-kehati dengan perusahaan non sri-kehati.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

- 1) Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial sebagai salah satu upaya untuk menjaga keberlangsungan hidup lingkungan serta mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

- 2) Bagi Investor, penelitian ini dapat memberikan informasi yang lebih mendalam tentang pentingnya pelaksanaan CSR dalam suatu perusahaan dan dapat menjadi referensi untuk memilih perusahaan-perusahaan terbaik dalam keputusan investasi.
- 3) Bagi Masyarakat, penelitian ini dapat menjadi informasi masyarakat untuk mengetahui perusahaan-perusahaan yang telah memiliki tata kelola yang baik dan tentunya unggul dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan dan juga menjadi sumber pengetahuan pelaksanaan CSR yang penting bagi kehidupan lingkungan dan sosial.

