

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

CSR adalah masalah yang semakin penting bagi para agen ekonomi. Hal ini disebabkan masalah tersebut menjadi perhatian baru untuk semua aspek dari aktivitas perusahaan dan hubungan mereka dengan *stakeholders*. Menurut Suharto (2008) *CSR* adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Pelaksanaan *corporate social responsibility* merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan pembentukan citra positif perusahaan. Paradigma tentang *CSR* muncul ketika kesadaran akan *sustainability* jangka panjang perusahaan lebih penting dibandingkan *profitability*. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya kepada masyarakat. *CSR* di Indonesia diatur dalam Undang-undang No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ayat 1 undang-undang tersebut menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial, lingkungan, dan kinerja ekonomi. *CSR* merupakan salah satu bukti bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan *shareholders* dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, namun juga pada kepentingan *stakeholders*. *CSR* merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan

kepentingan para *stakeholder*. Oleh karena itu *stakeholders* membutuhkan informasi mengenai *CSR*. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui laporan tahunan (*annual report*) yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan. *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Nugroho, 2007). Di Indonesia, kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan tersebut diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, saat ini sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (Anggraini, 2006), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*).

Pada era ekonomi yang semakin meningkat saat ini, kebutuhan modal bagi perusahaan semakin tinggi. Banyak perusahaan yang membutuhkan tambahan

modal dengan waktu yang cepat, oleh sebab itu saham merupakan salah satu cara untuk menambah modal perusahaan. Saham adalah surat berharga sebagai bukti penyertaan atau kepemilikan individu atau investasi dalam perusahaan (Robert, 1997). Perusahaan menawarkan sahamnya kepada masyarakat melalui pasar modal. Keterlibatan masyarakat atau publik dalam pasar modal dengan cara membeli saham yang ditawarkan di pasar modal. Dengan kata lain terjadi suatu transaksi jual beli pada pasar modal selayaknya pasar barang dan jasa pada umumnya. Hal tersebut merupakan alternatif bagi perusahaan untuk mendapatkan modal tanpa harus menunggu dari kegiatan operasional perusahaan, sedangkan bagi masyarakat atau publik merupakan salah satu alternatif untuk melakukan investasi dan mendapatkan hasil yang maksimal.

Dalam melakukan kegiatan investasi pada pasar modal diperlukan informasi yang akurat, aktual, dan transparan. Informasi yang harus diperoleh oleh investor mengenai informasi yang bersifat fundamental dan teknikal. Informasi yang bersifat fundamental merupakan informasi yang mengenai internal perusahaan, sedangkan informasi teknikal merupakan informasi yang berasal dari eksternal perusahaan berupa informasi politik, ekonomi, dan faktor lainnya. Informasi yang bersifat fundamental maupun teknikal dapat digunakan oleh investor untuk memprediksi *return*, risiko, atau ketidakpastian jumlah, waktu, dan lainnya yang berhubungan dengan aktivitas investasi di pasar modal. Oleh sebab itu investor harus jeli untuk mencari informasi yang diperlukan untuk melakukan transaksi jual beli saham. Investor juga dapat memprediksi apakah harga saham suatu

perusahaan dapat naik atau turun serta untuk memprediksi *return* atau dividen yang akan diperoleh investor.

Suatu kegiatan investasi tidak lain hanya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Keputusan investor untuk untuk menanamkan modal didorong karena adanya harapan untuk mendapatkan *return* atau dividen atas investasi yang telah dilakukan. Semakin baik kinerja suatu perusahaan, maka akan semakin menarik minat investor karena adanya keuntungan atau *return* yang diharapkan juga akan semakin besar (Muid & Kartika, 2011). Oleh sebab itu perusahaan juga harus menunjukkan peningkatan kinerjanya agar keputusan investor untuk berinvestasi juga menguntungkan bagi perusahaan. Salah satu caranya adalah dengan melakukan kegiatan sosial dan aktivitas lingkungan sebagai wujud tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Perusahaan perlu untuk melakukan tanggung jawab sosial bertujuan untuk mendapatkan apresiasi dari masyarakat di sekitar perusahaan tersebut secara tidak langsung masyarakat sekitar juga dapat menerima kehadiran perusahaan, maka kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya gangguan dari pihak luar.

Finch (2005) menunjukkan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholder* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Kesadaran untuk melakukan pengungkapan sosial saat ini menjadi *trend global* seiring dengan meningkatnya kepedulian agar diketahui oleh *stakeholder* atau investor. Keterbukaan mengenai informasi perusahaan juga digunakan untuk memacu

kegiatan pertanggung jawaban sosial. Pertanggung jawaban sosial yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social responsibility*, *social accounting* (Mathews, 1995). *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* semakin berkembang secara pesat seiring adanya kasus mengenai dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan. Adanya perselisihan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar dapat menurunkan kegiatan produksi maupun operasional perusahaan sehingga kinerja perusahaan akan mengalami penurunan. Investor maupun *stakeholder* akan mengalami dampak penurunan dari *return* yang diberikan oleh perusahaan.

Pemerintah sebagai pembuat regulasi turut serta mengatasi permasalahan tersebut dengan membuat regulasi mengenai pertanggung jawaban sosial. Salah satu regulasi yang telah dibuat pemerintah untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan membuat Undang-undang No.25/2007 tentang “Penanaman Modal” Pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Pembentukan undang-undang tersebut didasarkan adanya semangat untuk menciptakan iklim kegiatan perusahaan yang kondusif serta salah satu tujuannya untuk menjalankan kewajiban yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Undang-undang RI No.40/2007 mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang SDA untuk melaksanakan tanggung jawab tersebut di laporan

tahunannya. Melalui regulasi yang telah dibuat oleh pemerintah semakin mempertegas bahwa seluruh kegiatan perusahaan yang bersinggungan langsung terhadap lingkungan wajib menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)* serta melaporkannya dalam bentuk laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan tidak hanya dituntut atas pengelolaan dana perusahaan namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Penelitian yang terkait tentang hubungan *CSR* dengan *stock return* menunjukkan adanya keragaman hasil. Penelitian terdahulu oleh Muid dan Kartika (2011) menunjukkan hanya variabel *CSR (social)* secara parsial berpengaruh positif terhadap *stock return*, sedangkan variabel *CSR (environment)* tidak berpengaruh terhadap *stock return*. Secara bersama-sama dengan menggunakan variabel kontrol baik variabel *environment* dan variabel *social* berpengaruh positif terhadap *stock return*. Brammer *et al.*, (2006) menunjukkan bahwa *environment* dan *employment* berkorelasi negatif dengan *return*, sedangkan *community* berkorelasi positif. Fiori *et al.*, (2007) meneliti *CSR* yang berkaitan dengan reaksi investor dan memproksi kinerja perusahaan menggunakan *stock price*. Hasil empirisnya menunjukkan *CSR* tidak signifikan mempengaruhi *stock price*. Penelitian terdahulu oleh Uadiale dan Temitope (2012) menunjukkan bahwa *CSR* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan ukuran kinerja keuangan. Hasil ini memperkuat dukungan empiris untuk dampak positif *CSR* terhadap kinerja keuangan. Karagiorgos (2010) melakukan penelitian dengan menguji *CSR* terhadap kinerja keuangan pada

perusahaan di Yunani yang diukur dengan *stock return*. Hasil penelitian menemukan bahwa *CSR* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *stock return*. Tujuan dari penelitian tersebut untuk menerapkan *CSR* pada perusahaan untuk meningkatkan efisiensi pasar perusahaan.

Karagiorgos (2010) dengan mengembangkan model penelitian yaitu pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur di Indonesia dengan *stock return*. Titisari dkk., (2010) yang menguji pengaruh *CSR* terhadap kinerja perusahaan (*firm performance*) yang diukur dengan *stock return* (diproksi dengan CAR) baik *CSR* secara keseluruhan maupun berdasarkan pada parameternya (*environment, employment, dan community*) menunjukkan variabel *environment* dan *community* berkorelasi positif dengan CAR, sedangkan parameter *employment* justru berkorelasi negatif dengan CAR. Suratno, dkk., (2006) meneliti pengaruh *environmental performance* terhadap *environmental disclosure* dan *economic performance*. Hasil penelitian Saputro, dkk., (2014) menunjukkan bahwa *economic performance* berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengambil judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Stock Return* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014.**”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility Social* berpengaruh terhadap *Stock Return*?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility Environment* berpengaruh terhadap *Stock Return*?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility Economic Performance* berpengaruh terhadap *Stock Return*?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility Social, Environment, dan Economic Performance* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Stock Return*?
5. Seberapa jumlah persentase pengaruh *Corporate Social Responsibility Social, Environment, dan Economic Performance* terhadap *Stock Return*?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Corporate Social Responsibility yang meliputi: *Social, Environment, dan Economic Performance*.
2. Indeks GRI (*Global Reporting Indonesia*) yang terdiri dari 8 item CSR *Social*, 30 item CSR *Environment*, dan 9 item CSR *Economic Performance*.
3. Data yang dipergunakan adalah data *Indonesian Capital Market Dictionary* (ICMD) Tahun 2012-2014.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk;

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility Social* terhadap *Stock Return*.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility Environment* terhadap *Stock Return*.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility Economic Performance* terhadap *Stock Return*.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility Social, Environment* dan *Economic Performance* secara bersama-sama terhadap *Stock Return*.
5. Mengetahui persentase pengaruh *Corporate Social Responsibility Social, Environment, dan Economic Performance* terhadap *Stock Return*.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, memberikan informasi tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkap dalam laporan tahunan, dan mempertimbangkan untuk perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih memperdulikan lingkungan sosial.
2. Bagi investor, memberikan informasi pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, guna menentukan perusahaan yang dapat memberikan

tingkat pengembalian investasi yang diharapkan, tanpa melupakan tanggung jawab sosialnya.

3. Bagi masyarakat, memberikan informasi tentang penerapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat dijadikan penilaian kinerja suatu perusahaan dalam rangka mewujudkan bisnis yang ramah lingkungan.
4. Bagi akademisi, sebagai informasi tambahan referensi untuk penilaian selanjutnya yang mengkaji tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*.