

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Kompetisi seperti ini menuntut perusahaan-perusahaan untuk menghadapi dan mengantisipasi keadaan apapun untuk bertahan dan mampu berkompetisi. Perusahaan dituntut agar mempunyai manajemen yang kuat dan profesional supaya mampu *survive* dan berkembang. Hal ini bertujuan, perusahaan bukan hanya dituntut fokus untuk perbaikan maupun peningkatan kondisi internal perusahaan atau dalam artian mencari keuntungan saja namun juga perusahaan dituntut agar fokus dalam mengembangkan hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders*. Tanggung jawab sosial internal maupun eksternal ini disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan berkelanjutan (*sustainability*) perusahaan serta tidak lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan. Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Menurut Rosdwianti (2016), konsep CSR sejalan dengan konsep *tripel bottom line* yaitu suatu perusahaan ketika ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan “*Tripel P*” yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. *Profit* ialah tujuan utama perusahaan dimana agar tercapai

tujuan tersebut, perusahaan tidak lepas dari peran *people*, yaitu *stakeholders* sebagai investor, masyarakat, pesaing, dan pemerintah, juga perusahaan membutuhkan tempat atau wadah untuk melakukan aktivitasnya, dalam konsep ini disebut *planet* yang harus dijaga kelestariannya.

Di Indonesia saat ini kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan sudah mulai berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peraturan Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007 yang diberlakukan pada 16 Agustus 2007. Undang-undang ini mengatur tentang perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hadi (2011) dalam Rosdwianti (2016) menjelaskan bahwa tingkat tanggungjawab sosial perusahaan memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja ekonomi perusahaan seperti: meningkatkan penjualan, legitimasi pasar modal, meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemilik dan sejenisnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktifitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan terhadap lingkungannya, maka semakin baik pula citra perusahaan, dan semakin tinggi juga loyalitas bagi konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan akan membaik, tingkat *profitabilitas* yang diharapkan perusahaan juga meningkat begitupula dengan hutang jangka pendek perusahaan,

jika didalam penerapan CSR baik maka akan berdampak baik bagi perusahaan dan perusahaan akan dapat segera membayar hutang jangka pendeknya (Fadila, 2016).

Setiap perusahaan tidak akan melakukan tindakan yang akan membawa dampak buruk bagi kinerja keuangannya. Diperlukan suatu perencanaan yang matang dalam semua aktivitas yang dilaksanakan sehingga tidak berdampak negatif terhadap arus kas yang akan berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan. Pada hakikatnya pemilik perusahaan akan selalu memikirkan keuntungan atau *profit* yang diperoleh pada saat ini dan masa yang akan datang, dimana dapat berimbas pada kinerja keuangan perusahaan yang pada akhirnya akan menarik minat investor. Dalam pengukuran kinerja keuangan, perusahaan sebaiknya berlandaskan atas laporan keuangan yang dipublikasikan dan mengacu pada prinsip akuntansi berterima umum. Kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran tertentu yang mampu mengukur kesuksesan suatu perusahaan untuk memperoleh laba. Untuk mengukur kinerja keuangan perlu dikaitkan antara perusahaan dengan pusat pertanggungjawaban (Ermayanti, 2009). Salah satu kinerja keuangan yang digunakan oleh perusahaan adalah rasio *profitabilitas*. Rasio *profitabilitas* adalah hasil akhir bersih atas setiap kebijakan serta keputusan dari manajemen. Rasio ini menekankan pada *profit* atau keuntungan yang diperoleh perusahaan (Fitriana, 2013)

Pertumbuhan dan perkembangan industri manufaktur saat ini menyebabkan semakin pesatnya laju perekonomian dan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk. Meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk menimbulkan persaingan industri manufaktur di Indonesia semakin ketat. Sektor

industri barang konsumsi terdiri dari lima sub sektor yaitu sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, peralatan rumah tangga. Sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga dipilih oleh peneliti dikarenakan seiring tren di masyarakat yang mulai memperhatikan produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan utama khususnya bagi anak-anak muda sekarang ini.

Kementrian Perindustrian (Kemperin) telah menempatkan industri kosmetik sebagai sektor andalan sebagaimana tertuang dalam Rencana Pembangunan Induk Pembangunan Industri Nasional (Ripin) tahun 2015-2035 (Beritasatu.com, 21 Maret 2018). Wakil Gubernur DKI Jakarta Sandiaga Uno mengatakan, banyak program berbentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) yang justru digunakan untuk mencitrakan perusahaan. Menurut Sandi, hal tersebut sebenarnya bukan CSR, melainkan iklan (Kompas.com, 30/11/2017).

Hubungan CSR dengan kinerja keuangan telah dikaji oleh beberapa peneliti diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Suciwati dan Sarsiti (2016), yang meneliti tentang pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap kinerja keuangan pada perusahaan sektor pertambangan di BEI tahun 2010-2013. Hasil penelitian ini menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Suciwati yakni sama-sama meneliti tentang pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap kinerja keuangan, dimana CSR sebagai variabel independent dan kinerja keuangan sebagai variabel dependent. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Suciwati dan

Sarsiti yakni, penelitian ini menggunakan NPM (*Net Profit Margin*) sebagai pengukur kinerja keuangan, sedangkan penelitian Suciwati dan Sarsiti menggunakan ROA sebagai pengukur kinerja keuangan. Selain itu, penelitian Suciwati dan Sarsiti menggunakan Perusahaan Sektor Pertambangan, sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga.

Dari latar belakang ini, penulis akan membahas “**Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan** (Studi kasus pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di BEI)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada pendahuluan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan

Sesuai rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di BEI

1.4 Batasan Masalah

Objek yang digunakan untuk penelitian ini adalah perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tahun penelitian yang digunakan merupakan dari tahun 2012 hingga tahun 2017. Pengukuran *Corporat Social Responsibility* (CSR) menggunakan GRI G4 sedangkan kinerja keuangan diproksikan dengan NPM (*Net profit margin*).

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi para *stakeholder*

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi berupa informasi dan masukan baik kepada pemerintah, para manajemen perusahaan serta investor tentang pentingnya untuk meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja sosial perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini bisa dipergunakan untuk bahan referensi dan data tambahan bagi peneliti-peneliti lainnya yang tertarik pada bidang kajian ini serta sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang.