

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan kegiatan bisnis perusahaan saat ini dituntut untuk mulai berkompetisi dalam mempertahankan usahanya. Perkembangan tersebut tidak hanya menuntut perusahaan untuk fokus pada perbaikan dan peningkatan kondisi internal atau dalam artian mencari profit saja, melainkan juga pengembangan dalam hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin pekanya masyarakat akan tanggung jawab perusahaan dalam lingkungan sosialnya melalui pemberian kritik terhadap perusahaan-perusahaan yang dianggap sebagai penyebab timbulnya masalah sosial. Contoh-contoh kasus tersebut antara lain: kasus Lapindo yang dinobatkan sebagai perusahaan paling tidak bertanggung jawab sosial, kasus tuduhan pencemaran Teluk Buyat oleh PT Newmont Minahasa Raya serta kasus PT Freeport Indonesia.

Tanggung jawab lingkungan sosial perusahaan itu meliputi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan hidup, tanggung jawab sosial perusahaan terhadap sumber daya manusia, tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap produk dan jasa yang dihasilkan. Berdasarkan hal tersebut, muncullah konsep *Corporate Social Responsibility* atau yang disingkat CSR. Konsep CSR merupakan bentuk kepekaan dan kepedulian perusahaan terhadap keseimbangan lingkungan di

sekitar perusahaan serta kepentingan dari beberapa pihak yang terkait dengan keberlangsungan perusahaan (*stakeholder*).

Namun pada perkembangannya, konsep CSR menimbulkan kontroversial. Terdapat kelompok yang mendukung dan menolak pelaksanaan CSR. Menurut kelompok yang menolak, perusahaan adalah organisasi pencari laba (*profit oriented*) dan bukan organisasi sosial. Perusahaan juga memiliki kewajiban membayar pajak kepada negara, dan pajak yang dibayarkan tersebut, dikelola negara untuk kesejahteraan publik. Menurut kelompok yang mendukung, perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan dan masyarakat disekitarnya. Maka perusahaan tidak boleh hanya memikirkan keuntungan semata, tetapi juga harus peka dan peduli terhadap publik, yaitu lingkungan dan masyarakat yang berada di sekitar perusahaan.

Riset yang dilakukan oleh *Roper Starch Worldwide* (1997) menunjukkan 75% responden memberi nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberi kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pengembangan. Sekitar 60% responden juga menunjukkan mereka siap berganti merek kepada perusahaan yang memiliki citra yang positif. Adapula hasil survei "*The Millenium Poll on CSR*" (1999) yang dilakukan oleh *Environics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik terhadap karyawan, dampak lingkungan,

tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sangat berperan, sedangkan 40% citra perusahaan dan *brand image* yang akan paling mempengaruhi kesan mereka.

Di Indonesia, CSR diatur dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 74 yang diberlakukan pada 16 Agustus 2007 mengatur tentang perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Untuk melaksanakan ketentuan yang tertuang dalam UU PT No. 40 Tahun 2007, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang diresmikan pada April 2012. Pada pasal 6 PP ini menyebutkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perusahaan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS. Dijelaskan pula pada pasal 7 bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Selain itu, peraturan yang lebih tegas mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan adalah UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM) pasal 15 poin b yang menyatakan bahwa setiap penanaman modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Jika tidak, maka sanksi dapat dikenai sesuai dengan pasal 34 ayat (1) yaitu mulai peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Dalam pengambilan keputusan ekonomi, tidak hanya mengandalkan kinerja keuangan perusahaan namun juga dibutuhkan adanya informasi sosial. Eipstein dan Freedman (1994) dalam Anggraini (2006) menjelaskan 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 yang dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*).

Di dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, pengungkapan CSR merupakan salah satu strategi untuk keberlangsungan bisnis yang diyakini dapat membangun keunggulan kompetitif, meningkatkan pangsa pasar, dan membuka pasar baru menurut Samy et al. (2010) dalam Septiani (2013). Disamping itu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, karena para investor lebih cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai wujud tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Apabila perusahaan yang ingin memiliki keberlangsungan bisnis, mereka akan menerapkan praktik CSR sebagai salah satu strategi dan operasi perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan nilai bagi pemegang saham dalam bentuk *Earning Per Share* (EPS) dan nilai bagi para *stakeholder* (Samy et al., 2010 dalam Septiani., 2013).

*Earning Per Share* (EPS) merupakan salah satu indikator penting bagi para investor dan manajer internal. Selain itu menurut Williams (1995) dalam Samy et al. (2010) analisis keuangan sering fokus pada EPS sebagai salah satu indikator sederhana dan mudah digunakan dari keseluruhan kinerja perusahaan.

EPS juga memiliki relevansi dengan *stakeholder* karena dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Perusahaan tentu tidak ingin melakukan aktivitas yang berdampak negatif terhadap profitabilitas perusahaannya, karena hal tersebut akan mempengaruhi kinerja perusahaan atau *performance* perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Per Share* suatu perusahaan sehingga diharapkan perusahaan siap untuk menerapkan CSR.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, secara tidak langsung terdapat tuntutan masyarakat terhadap setiap perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*). Pelaksanaan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan tergambarkan dalam pengungkapan biaya CSR. Namun menurut pihak yang kontra tujuan perusahaan adalah memperoleh profit sebesar-besarnya dan mengeluarkan biaya CSR hanya akan menambah pengeluaran perusahaan. Atas permasalahan tersebut peneliti ingin melakukan pembuktian tentang:

“Apakah terdapat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS) perusahaan?”

### 1.3 Pembatasan Masalah

Masalah yang telah dirumuskan di atas, mempunyai ruang lingkup serta masalahnya dibatasi oleh:

1. Menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Earning Per Share* (EPS) perusahaan pada perusahaan-perusahaan yang masuk dalam kategori LQ-45 periode Agustus 2014 – Januari 2015.
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilihat dari *CSR Disclosure Indexs*.
3. *Earning Per Share* (EPS) perusahaan dilihat dari Laporan Keuangan yang dilisting di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### 1.4 Tujuan Penelitian

Untuk dapat mengetahui bukti empiris mengenai hubungan dan pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Per Share* (EPS) perusahaan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

#### a. Kontribusi Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber ilmu pengetahuan mengenai perkembangan ilmu akuntansi khususnya konsep pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan *Earning Per Share* (EPS) perusahaan.

**b. Kontribusi Praktis :**

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang penerapan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan perhitungan *Earning Per Share* (EPS) perusahaan.
2. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam mempertimbangkan informasi yang berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Earning Per Share* (EPS) perusahaan.
3. Bagi investor, penelitian ini dapat menjadi wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter saja tetapi juga memperhatikan masalah lingkungan dan sosial.