

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Corporate Social Responsibility

##### 2.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Dalam teorinya *corporate social responsibility* adalah hakikat dari etika bisnis, dimana merupakan suatu hal yang wajib bagi perusahaan untuk melaksanakan kewajiban – kewajiban secara ekonomis maupun legal kepada setiap pemegang saham (*shareholders*) serta pihak lain selaku pemangku kepentingan (*stakeholders*) dikarenakan perusahaan tidak dapat lepas dari realita bahwa mereka tidak dapat hidup, beroperasi, bertahan dan memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai belah pihak yang berkepentingan. Dengan CSR seharusnya perusahaan lebih menunjukkan kepedulian terhadap kepentingan pihak-pihak lain selaku pemangku kepentingan (Rafika, 2014).

Perusahaan adalah sebuah keluarga besar yang memiliki tujuan dan misi yang ingin diraih, dan perusahaan berada di tengah lingkungan masyarakat yang besar, dengan begitu perusahaan memerlukan adanya apresiasu dan interaksi antar elemen masyarakat disetiap aktifitasnya karena perusahaan memerlukan keteraturan pola interaksi dengan subsistem yang lain dimana perusahaan adalah sebuah subsistem yang ada pada sistem hidup bermasyarakat.

John Elkington (1997) dalam bukunya yang berjudul “*Canibals with Forks the Triple Bottom line of Twentieth Century Business*” mengemukakan konsep “*The Triple Bottom Line*” dimana mengemukakan jika perusahaab ingin berlanjut maka perlu memperhatikan 3P bukan hanya tentang profit, namun juga harus

memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan. Ini merupakan lanjutan dari konsep *Sustainable Development* yang secara terbuka langsung mengaitkan antara tanggung dan tujuan baik kepada pemegang saham maupun pemangku kepentingan perusahaan..

*Corporate Social Responsibility* dapat memiliki konsekuensi baik secara ekonomi maupun sosial terhadap perusahaan, perusahaan yang serius melakukan aktivitas CSR dan melakukan implementasi secara tepat dapat menambah apresiasi dari masyarakat, meningkatkan nilai di mata masyarakat, dan juga dapat membantu memecahkan masalah baik di bidang sosial ekonomi maupun kesehatan di dalam masyarakat. Selain itu juga tingkat CSR perusahaan dapat memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja ekonomi perusahaan, seperti peningkatan penjualan, legitimasi pasar, meningkatkan apresiasi investor di pasar modal, meningkatkan kesejahteraan pemilik dan sejenisnya. Ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* bukan hanya sebagai sebuah program yang biayanya ditanggung oleh perusahaan, tetapi juga merupakan investasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendukung keunggulan perusahaan di mata para *stakeholder*.

Terdapat beberapa faktor dalam *Corporate Social Responsibility* yang dapat menimbulkan resiko:

1. Terjadinya pemborosan
2. Dapat terjadinya permainan politik berlebihan yang sebenarnya bukan merupakan ranah perusahaan.
3. Timbulnya lingkungan Monopolitik dan Pluralistik dalam lingkungan bisnis
4. Dapat mengganggu pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan

5. Cakupan yang luas dalam keterlibatan sosial padahal perusahaan belum tentu memiliki tenaga ahli.

### **2.1.2 Prinsip – prinsip Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Motive Approach* dan *System Approach* merupakan dua pendekatan CSR yang bisa dilakukan oleh perusahaan, *Motive Approach* merupakan praktek pertanggungjawaban sosial dan pengungkapan yang didasari oleh beberapa motif, baik itu secara sosial (*social motive*) dan ekonomi (*economic motive*). *Motive approach* yaitu untuk menambahkan praktek tanggung jawab sosial secara sadar diri sesuai kepentingan dan kebutuhan, sedangkan *system approach* yaitu berupa sistem dengan aturan dan kebijakan yang harus dipatuhi.

Dalam General Reporting Index (GRI) ada 91 indikator dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, indikator – indikator ini termasuk dalam 6 komponen yang terdiri dari komponen ekonomi (EC), lingkungan (EN), ketenagakerjaan (LA), hak asasi manusia (HR), dampak social (SO), serta produk (PR).

## **2.2 Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Manfaat CSR sendiri dalam Meita (2015) bagi perusahaan yaitu: (1) Mempertahankan dan menaikkan reputasi serta citra merek perusahaan; (2) Mendapat lisensi agar dapat beroperasi secara sosial; (3) Mengurangi resiko bisnis perusahaan; (4) Menambah jalur bagi sumber daya operasional; (5) Membuka ekspansi pasar; (6) Mengurangi biaya, terkait akibat dari pembuangan limbah; (7)

Memperbaiki relasi dengan pemangku kepentingan; (8) Memperbaiki relasi dengan pengawas regulasi; (9) menambah motivasi serta produktifitas karyawan; (10) Peluang mendapat reward. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ajide (2014) tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas pada Bank yang ada di Nigeria dan mendapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank, sedangkan persamaan perlakuan antar pemilik memberikan pengaruh yang negative terhadap profitabilitas bank, ini menunjukkan bahwa perusahaan harus lebih mengungkapkan program CSRnya karena dapat memberikan perusahaan imej yang baik dan memperlihatkan komitmen yang lebih.

### **2.3 Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dicapai oleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Dasar penilaian profitabilitas adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca dan rugi-laba perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas yaitu untuk memberikan penilaian terhadap perusahaan dalam mencari keuntungan. Di dalam rasio ini perusahaan dapat melihat tingkat efektifitas yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Ini dapat dilihat dari laba yang diperoleh dari hasil penjualan serta investasi. Penggunaan rasio dapat digunakan melalui perbandingan antara berbagai komponen di dalam laporan keuangan, seperti laporan laba rugi, neraca ataupun laporan keuangan. Dapat diukur dalam beberapa periode operasi. Ini bertujuan untuk melihat perkembangan perusahaan yang terjadi dalam waktu tertentu, rasio profitabilitas yang digunakan dalam

penelitian ini ada 2, yang pertama yaitu Return on Equity yang digunakan untuk melihat modal yang kembali dari sebuah bisnis. ROE adalah indikator yang digunakan pemegang saham untuk melihat keberhasilan bisnis yang dijalani ROE dapat dicari dengan membagi laba bersih dengan total ekuitas. Selanjutnya ada Return On Asset yang digunakan untuk melihat tingkat pengembalian dari setiap asset yang digunakan dalam menjalankan sebuah bisnis oleh perusahaan, ini juga dapat memberikan gambaran mengenai efisiensi dana yang digunakan ROA dapat dicari dengan membagi laba bersih dengan total aktiva. Penelitian Rafika (2014) dalam Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage*, Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menunjukkan bahwa ROE dan ROA berpengaruh terhadap profitabilitas dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Andreas (2015) menyatakan dalam penelitiannya bahwa pengungkapan CSR memiliki hubungan dengan profitabilitas yang ada di perusahaan tambang, lalu Luh Muliani (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2012)” memberikan pernyataan bahwa kinerja keuangan mempunyai pengaruh atas nilai perusahaan secara positif, CSR mampu memoderasi kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan secara positif.

## **2.4 Corporate Social Responsibility dan Return Saham**

Isu tentang CSR sendiri merupakan isu yang relatif masih baru di Indonesia, ini membuat investor memiliki persepsi yang rendah terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan, dengan kultur investasi di Indonesia yang mengincar keuntungan jangka pendek, sedangkan CSR merupakan orientasi kinerja perusahaan secara jangka menengah ataupun panjang, hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Octavia (2014) dimana ditemukan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan memiliki pengaruh yang negative terhadap CAR perusahaan atau dengan kata lain tidak berpengaruh secara signifikan.

## **2.5 Pengembangan Hipotesis**

### **2.5.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas**

Menurut Akinleye (2017) *Corporate Social Responsibility* telah menjadi inti dari kebijakan perusahaan multinasional dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini, dikarenakan adanya kebijakan yang dibuat pemerintah, bujukan dari komunitas sekitar dan adanya efek buruk terhadap lingkungan akibat dari operasi yang dilakukan oleh perusahaan multinasional di seluruh dunia sehingga membuat perusahaan harus secara sukarela menjaga hubungan baik mereka dengan pemerintah, komunitas dan lingkungan.

Dalam penelitian Rumengan (2015) memperlihatkan bahwa CSR dapat mempengaruhi *Return on Equity* perusahaan dikarenakan ketika perusahaan melakukan program CSRnya maka tingkat ROE yang mereka peroleh meningkat secara signifikan.

**H1** = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Equity*

Jika sudah terbangunnya loyalitas konsumen maka akan meningkatkan penjualan yang berdampak pada kenaikan laba. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur profitabilitas salah satunya yaitu dengan melihat tingkat ROA.. Secara tidak langsung dengan melakukan CSR perusahaan melakukan investasi jangka panjang, karena dengan adanya CSR maka perusahaan perlu adanya pelatihan terhadap karyawan atau mendatangkan tenaga ahli untuk meningkatkan kinerja karyawan, dengan meningkatnya kinerja karyawan maka akan memberikan dampak yang positif terhadap perusahaan. Karyawan dapat melakukan inovasi produk ataupun melakukan pengelolaan manajemen sehingga pengelolaan semakin efektif dan menaikkan penjualan dan mengakibatkan laba meningkat. Semakin produk laku di pasaran maka laba perusahaan akan semakin meningkat, dengan meningkatnya laba maka akan mempengaruhi ROA perusahaan. Semakin tinggi ROA maka produktifitas asset semakin baik dalam mendapatkan keuntungan bersihnya. Penelitian yang dilakukan oleh Eni (2014) menunjukkan bahwa CSR dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Akinleye (2017) dalam penelitiannya dampak CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan multinasional yang ada di Nigeria menunjukkan bahwa CSR dapat memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap ROA perusahaan.

**H2** = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Return On Assets*

### **2.5.2 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Return Saham**

Cumulative abnormal return (CAR) merupakan penjumlahan return tidak normal hari sebelumnya dalam periode peristiwa untuk masing-masing sekuritas (Jogiyanto, 2011). Dengan melakukan perbandingan CAR selama periode sebelum peristiwa dan CAR sesudah peristiwa, dapat diketahui pengaruh suatu peristiwa terhadap harga saham dalam suatu periode. Susilo (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap tingkat *Cummulative Abnormal Return* perusahaan.

**H3** = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *Cummulative Abnormal Return*



## 2.6 Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kajian pustaka yang sebelumnya telah dijelaskan, maka variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen sedangkan *Return On Equity*, *Return On Asset*, dan *Cummulative Abnormal Return* sebagai variabel dependen, dan kerangka penelitian dapat disusun menjadi sebagai berikut:

