

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan industri di Indonesia semakin mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Hal ini ditandai dengan banyaknya pertumbuhan perusahaan dari dalam negeri dan perusahaan asing. Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan dunia usaha yang pesat menuntut perusahaan untuk bersaing secara ketat, maraknya perusahaan sejenis yang muncul menjadi motivasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan pengelolaan sumber daya seoptimal mungkin untuk tetap bersaing. Munculnya inovasi-inovasi baru sangat dibutuhkan untuk perkembangan perusahaan agar tetap menarik minat konsumen. Selain itu untuk tetap mempertahankan eksistensi, perusahaan juga harus membuat dan memiliki manajemen yang baik. Manajemen harus bersikap kritis dan cermat terhadap apa yang diinginkan pasar. Sebagian besar kegagalan dalam mencapai tujuan biasanya disebabkan karena suatu perusahaan tidak konsisten dalam menjalankan kegiatannya.

Salah satu tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan laba. karena laba sangat berperan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan sesuai dengan prinsip *going concern*. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dengan mengelola aktivitas bisnisnya secara efektif, efisien, dan ekonomis. Laba yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi. Kondisi ini

disadari betul oleh para pelaku usaha baik yang bergerak di bidang jasa ataupun manufaktur seperti perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam kelompok industri semen.

Industri semen merupakan salah satu industri prospektif saat ini. Menyusul perbaikan perekonomian dalam negeri pada tahun 2010 lalu, membawa dampak positif bagi industri semen. Sebab di tengah pemulihan ekonomi, sejumlah proyek properti dan infrastruktur kembali berjalan. Secara umum produk semen di dalam negeri dikonsumsi mayoritas oleh segmen residensial, karena di Indonesia masih cenderung kalau perekonomian tumbuh, masyarakat ingin memperbaiki rumahnya. (datacon.co.id,2014).

Asosiasi Semen Indonesia (ASI) menyebutkan bahwa pada tahun 2012 kebutuhan semen nasional mencapai 54,9 juta ton, pada tahun 2013 mencapai 58,5 juta ton atau meningkat 6% dan pada tahun 2014 kebutuhan semen nasional meningkat 10% atau sebesar 64 juta ton (duniaindustri.com,2015). Besarnya kebutuhan semen di dalam negeri, membuat perusahaan industri semen melakukan penambahan kapasitas untuk mengantisipasi permintaan yang diperkirakan akan terus meningkat seiring perekonomian yang tumbuh. Diharapkan dengan tingginya permintaan tersebut akan dapat meningkatkan pendapatan penjualan sehingga laba yang akan diperoleh perusahaan akan semakin besar.

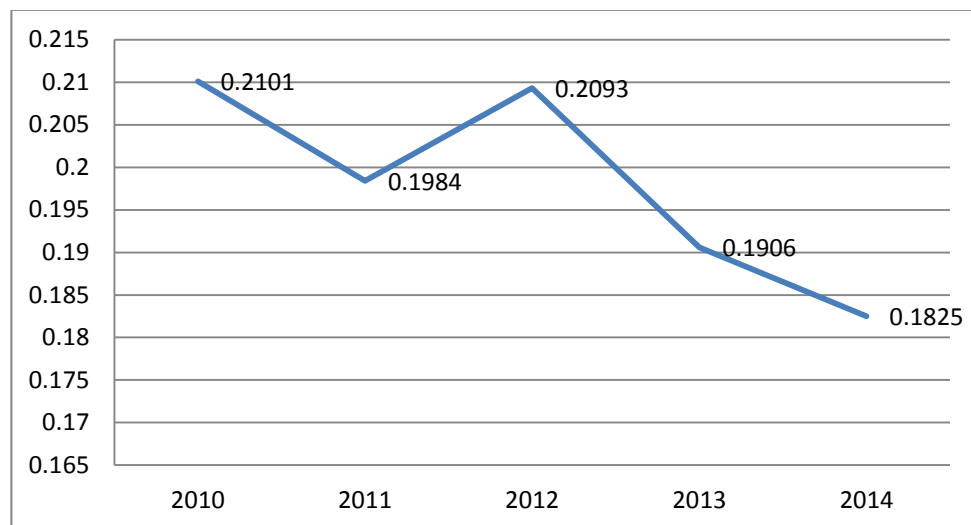
Akan tetapi Industri semen tanah air pada semester I tahun 2015 terkena dampak perlambatan ekonomi. Kinerja PT Semen Indonesia selama sembilan bulan mengalami tekanan. Perseroan membukukan laba bersih turun 21,6% menjadi Rp 3,2

triliun dari Rp 4,08 triliun di tahun 2014. Hal ini terjadi lantaran pertumbuhan ekonomi mengalami perlambatan di tahun ini. Direktur Utama Semen Indonesia Suparni mengatakan, pertumbuhan semen mengalami kontraksi 0,9% atau 42,58 juta ton, dibandingkan periode yang sama tahun lalu 42,99 juta ton. Menurunnya pertumbuhan ekonomi semester I 2015 berpengaruh terhadap konsumsi semen dalam negeri. Ditambah lagi harga jual semen juga mengalami tekanan karena bertambahnya pemain baru di industri semen. Menurut Suparni pendapatan perseroan juga berkurang dikarenakan beban pokok pendapatan mengalami kenaikan 6,5% menjadi Rp 11,6 triliun, dibandingkan periode yang sama tahun lalu Rp 10,9 triliun. Dari penurunan pendapatan tersebut berimbas pada laba perseroan. Penurunan laba dipengaruhi oleh kenaikan beban pokok sebesar 6,5% yang disebabkan antara lain kenaikan tarif listrik, kemudian beban penyusutan karena mulai beroperasinya beberapa fasilitas baru. Selanjutnya beban bahan baku, serta selisih nilai kurs yang berdampak pada biaya pemeliharaan dan pengemasan, dan kenaikan beban distribusi. (suarapembaruan.com, 2015)

Hal yang sama juga dialami oleh PT Holcim Indonesia. Laba bersih PT Holcim Indonesia Tbk. (SMCB) terjungkal 89,7% menjadi Rp33 miliar pada kuartal I/2015 dibandingkan dengan Rp323 miliar pada periode yang sama tahun sebelumnya. Direktur Keuangan Holcim Indonesia Kent Carson mengatakan pendapatan perseroan juga mengalami penurunan 5%. Penjualan semen secara volume juga turun 7% pada kuartal pertama tahun ini secara tahunan. "Dikarenakan pasar semen Indonesia yang melemah, selain itu, sambungnya, atas imbauan

pemerintah, perusahaan semen milik negara juga menurunkan harga Rp3.000 per sak yang kemudian berdampak terhadap seluruh industri”. (Marketbisnis.com, 2015)

Penjualan semen yang menurun berdampak pada laba yang diperoleh perusahaan. Laba perusahaan juga mengalami penurunan. Laba atau *profit* yang dihasilkan perusahaan sangat menentukan kelangsungan perusahaan kedepannya. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba disebut dengan profitabilitas. Menurut R. Agus Sartono (2010:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri”. Menurut Kasmir (2011: 199), profitabilitas dapat diukur berdasarkan beberapa rasio yaitu salah satunya *return on asset (ROA)*. Berikut adalah grafik *ROA* yang didapat oleh PT Indocement Tunggal Prakarsa selama 5 tahun terakhir



Sumber: *Annual Report* PT Indocement Tunggal Prakarsa

**Gambar 1.1 Grafik ROA PT Indocement Tunggal Prakasa tahun 2010-2014**

Dari grafik di atas diketahui bahwa *Return On Asset (ROA)* perusahaan dari tahun 2010 sampai dengan 2014 terjadi kenaikan dan penurunan. Artinya terjadi permasalahan yang dihadapi perusahaan karena *ROA* yang dihasilkan cenderung tidak mengalami kenaikan setiap tahunnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih kurang baiknya manajemen dalam melaksanakan kegiatan perusahaan baik dalam kontrol biaya maupun pengelolaan aktiva, karena *ROA* merupakan salah satu ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui seluruh aktiva yang dimiliki.

Sekarang ini perusahaan tidak dapat hanya mengandalkan penjualan saja dalam meningkatkan pendapatan dan memperoleh laba tetapi juga memperhatikan kepedulian terhadap lingkungan dan sosialnya, karena masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut Untung (2008:1), *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam ekonomi berkelanjutan dengan memperbaiki tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Di Indonesia penerapan *CSR* tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan. *CSR* saat ini bukan lagi bersifat sukarela atau komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk

melakukan atau menerapkannya. Munculnya kewajiban perusahaan untuk melaksanakan *CSR* menjadi beban tambahan bagi perusahaan, disamping harus membayar pajak kepada pemerintah juga harus menyediakan dana tambahan untuk program *CSR*. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada perolehan laba perusahaan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Kegiatan *CSR* yang dilakukan perusahaan pada umumnya akan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Hal ini didukung oleh pernyataan Andreas Lako (2011:103), manfaat yang diperoleh perusahaan dalam melakukan pengungkapan *CSR* adalah (1) Profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan akan semakin kokoh; (2) Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen; (3) Meningkatnya komitmen etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan; (4) Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitar karena merasa diperhatikan dan dihargai perusahaan; (5) Meningkatnya reputasi, *corporate branding*, *goodwill* (*intangible asset*) dan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Walaupun akan menambah biaya bagi perusahaan, namun pasti akan timbul suatu citra perusahaan di mata masyarakat, yang secara tidak langsung akan menarik masyarakat untuk menggunakan produk perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* muncul karena adanya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosialnya, sebagai akibat dari eksplorasi yang

dilakukan perusahaan untuk meningkatkan produksinya karena pada saat sekarang ini kebutuhan semen sangat tinggi, sedangkan Sumber Daya Alam (SDA) untuk bahan baku pembuatan semen sangat terbatas, sehingga banyak terjadi kerusakan lingkungan yang disebabkan dari aktivitas perusahaan tersebut. Kerusakan lingkungan yang disebabkan dari aktivitas eksplorasi yang dilakukan perusahaan dapat merusak ekosistem yang ada seperti hutan menjadi gundul, bukit bukit menjadi bolong, terjadinya pencemaran air dan udara, dan limbah hasil pengolahan produksi dapat merusak kesehatan masyarakat disekitarnya.

*Corporate social responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya. *CSR* saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL); (2) Tanggung jawab social lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran; (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dengan adanya ini, perusahaan khususnya Perseroaan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung

jawab sosialnya kepada masyarakat. Bahasan di atas menerangkan masyarakat memiliki kepedulian yang sangat tinggi terhadap isu kepedulian sosial yang dilakukan perusahaan. Hal ini dapat berpengaruh terhadap *profit* yang didapat oleh perusahaan. Karena apabila perusahaan tidak memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungannya, maka masyarakat pun tidak akan memberikan dukungannya terhadap perusahaan tersebut. Jadi baik atau tidaknya pelaksanaan *Corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat diukur melalui *profit* yang diperoleh oleh perusahaan.

Kaitan antara *Corporate social responsibility* dengan profitabilitas telah diteliti oleh sebelumnya oleh Dharma (2013) serta Mulfaria (2012). Dharma menguji hubungan antara *CSR* dengan kinerja keuangan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, di mana pengukuran kinerja keuangan menggunakan rasio *ROA* dan *NPM*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *CSR* berpengaruh positif terhadap *ROA* dan berpengaruh negatif terhadap *NPM* perusahaan perbankan yang menjadi sampel penelitian di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2011. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Multafia Almar (2012), bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengungkapan *CSR* dengan profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *ROA* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2011. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengungkapan *CSR* perusahaan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Kamil dan Herusetya (2012) berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang



semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah diuraikan penulis di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Industri Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka perlu adanya ruang lingkup untuk mempermudah penjelasan. Dalam penelitian ini penulis membuat batasan ruang lingkup atau merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI.
2. Bagaimana profitabilitas pada perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI.
3. Seberapa besar pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas pada perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui profitabilitas pada perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas pada perusahaan industri semen yang terdaftar di BEI.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan pemikiran guna mendukung pengembangan teori yang sudah ada dan dapat memperluas khasanah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan akuntansi

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

###### 1) Bagi penulis

Secara umum merupakan bekal pengetahuan mengenai penerapan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dan diterapkan pada kenyataan sebenarnya di dalam masyarakat atau di dalam perusahaan.

###### 2) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menunjukkan bahwa sikap perusahaan terhadap *CSR* akan memberikan dampak secara luas kepada kinerja perusahaan khususnya dalam memperoleh laba.

3) Bagi investor

Bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

4) Bagi Pihak Lain

Sebagai informasi maupun pengetahuan tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas serta menjadikan referensi untuk tugas akhir dengan permasalahan yang sama.