

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam membangun suatu perusahaan yang lebih baik di Negara lain termasuk perusahaan di Indonesia sudah mulai menerapkan program CSR yakni mencakup dalam beberapa bidang diantaranya kemitraaan, pendidikan, kesehatan, bantuan kemanusiaan dan bencana alam, kebudayaan, layanan umum dan lingkungan. Perusahaan Telekomunikasi saat ini telah berkembang, dalam 10 tahun terakhir banyak bermunculan perusahaan yang bergerak dalam industri ini. Perusahaan menawarkan jasa komunikasi dengan keunggulan masing-masing sehingga persaingan dalam bisnis ini pun semakin ketat. Persaingan yang terjadi bukanlah hal yang mudah dilalui, perusahaan-perusahaan penyedia jasa Telekomunikasi di Indonesia harus bekerja keras untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

CSR memberikan kontribusi positif bagi hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Pelaksanaan CSR diyakini dapat meredam konflik antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan yang tidak melakukan partisipasi terhadap kehidupan masyarakat, dapat memicu konflik. Dalam konteks *global*, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan 3 komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection* dan *social equity*, yang digagas *The World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam *Brundtland Report* (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan

people. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

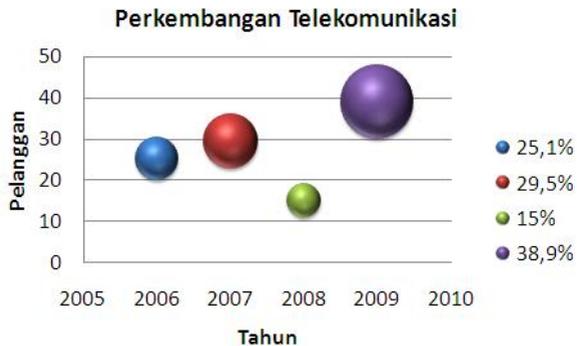
Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan bisnis di tengah persaingan yang semakin bergejolak dapat dikatakan sebagai sebuah prestasi yang membanggakan. Di Indonesia terdapat 9 perusahaan Telekomunikasi diantaranya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom), PT Indonesian Satellite Corporation (Indosat), PT Excelcomindo Pratama Tbk (PT XL Axiata Tbk), PT Mobile-8 Telecom (Fren), PT Bakrie Telecom Tbk (Esia), PT Hutchinson Indonesia Tbk (Three), PT Smart Telecom Tbk (Smart), PT Natrindo Telepon Seluler (Axis) dan PT Sampoerna Telecommunication Indonesia (Ceria). Begitu banyak perusahaan yang terjun dalam industri ini, tetapi tidak sebanding dengan *listing* di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) hanya beberapa perusahaan yaitu PT Telkom, PT Indosat, PT XL dan PT Bakrie Telecom. Sehingga penelitian ini menetapkan objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan yang *listing* di BEI tahun 2008-2009. Profil perusahaan Telekomunikasi yang digunakan sebagai objek penelitian akan lebih rinci pada lampiran 1.

1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan industri Telekomunikasi memicu persaingan bisnis dari waktu ke waktu semakin ketat. Kehadiran perusahaan-perusahaan baru dengan sejumlah layanannya membuat peta usaha dibidang ini sangat dinamis. Beberapa operator meningkatkan layanan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Sedangkan para pemain baru terus mengembangkan sayap untuk merebut pelanggan yang bisa jadi berasal dari pelanggan seluler lain, disamping itu mereka juga menciptakan pelanggan-pelanggan baru. Dalam kondisi seperti itu,

penyelenggara operator Telekomunikasi, khususnya seluler dipacu untuk lebih berkreasi dan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

Gambar 1.1
Perkembangan Telekomunikasi



Sumber: Data yang diolah (www.majalah.tempointeraktif.com)

Pada Gambar 1.1 terlihat pertumbuhan industri Telekomunikasi kian melesat, dan menjadi salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Badan Statistik, laju pertumbuhan sektor Telekomunikasi tahun 2006 sebesar 25,1%, tahun 2007 tumbuh sebesar 29,5%, tahun 2008 lalu turun menjadi 15 % dan tahun 2009 melonjak naik menjadi 38,9%. Kendati demikian, tingkat pertumbuhan tersebut tetap yang paling tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan di sektor lainnya yang terkena dampak krisis keuangan global.

Industri Telekomunikasi seringkali dilirik sebagai entitas yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan pembangunan untuk desa tertinggal. Namun pembangunan di daerah tertinggal dengan melibatkan operator selular tidaklah sesederhana itu. Industri Telekomunikasi

diperlukan pertimbangan yang lebih banyak karena peningkatan pembangunan di bidang Telekomunikasi mengandalakan banyaknya hal baru yang akan diterima masyarakat seperti dalam hal masuknya teknologi baru yang memerlukan keterampilan teknis tertentu. Pembangunan di bidang Telekomunikasi, selain memberikan manfaat juga mengandung resiko yang dapat menurunkan kualitas hidup masyarakat di daerah tertinggal. Hal seperti ini lalai yang dikelola pemerintah sebagai regulator dan penentu kebijakan pembangunan masyarakat tertinggal (www.berpolitik.com/13-Okt-2007).

Gambaran sederhananya adalah sebagai berikut: masyarakat di daerah tertinggal hidup di daerah infrastruktur Telekomunikasi yang buruk. Pemerintah membangun fasilitas Telekomunikasi bekerja sama dengan operator seluler tertentu. Masyarakat kemudian mengenal cara komunikasi dengan telepon. Kebutuhan untuk berkomunikasi yang dapat menjangkau pihak lain di tempat yang jauh pun dapat terakomodasi dan masih banyak lagi manfaat yang diberikan. Pada kenyataannya, masuknya teknologi komunikasi di daerah tertinggal ikut merubah struktur sosial dan budaya masyarakat di daerah tersebut. Tanpa ada sosialisasi dan pendidikan untuk mengakses teknologi yang baik, masyarakat dipaksa untuk menggunakan teknologi komunikasi tanpa mempelajari tentang karakter teknologi komunikasi tersebut. Kalau pun ada pembelajaran hanya sebatas pengenalan akan bagaimana mengoperasikan piranti yang ditawarkan.

Melihat fenomena tersebut, perusahaan dapat memberikan kontribusi untuk pembangunan di daerah tertinggal dengan melaksanakan skema pendekatan yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR). Di Indonesia mewajibkan semua perusahaan melaksanakan CSR sesuai dengan UU Perseroan Terbatas pasal 74 yang memuat aturan tentang tanggungjawab

sosial dan lingkungan. Selain itu, berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan (Soewarno, 2009).

Program CSR yang dikembangkan oleh pihak industri Telekomunikasi dengan melaksanakan pembangunan di daerah tertinggal didasarkan pada meningkatnya jumlah SST (Sambungan Satuan Telepon) yang digunakan (dimiliki) masyarakat (www.berpolitik.com/13-Okt-2007). Pembangunan infrastruktur dan berbagai pelayanan di daerah tertinggal lebih mengedepankan pemenuhan akan kebutuhan publik seperti bidang kesehatan, pendidikan, transportasi dan Telekomunikasi, masyarakat akan sangat terbantu dalam hal proses belajar untuk mengadopsi pelayanan dan teknologi baru. Untuk dapat memaksimalkan program ini perusahaan dapat bekerja sama dengan pihak sekolah-sekolah untuk pengenalan pendidikan Telekomunikasi dan dapat membentuk pusat kegiatan Telekomunikasi yang dapat diakses oleh semua masyarakat tersebut. Selain tanggungjawab sosial terpenuhi, operator seluler juga dapat memperluas lingkup layanan Telekomunikasi hingga ke daerah tertinggal.

Setelah dilaksanakan CSR perlu adanya pengungkapan agar pihak lain mengetahui tentang aktivitas CSR yang telah dilakukan perusahaan sehingga legitimasi sosial yang diharapkan bisa terwujud. Kewajiban perusahaan tidak hanya *shareholders* (pemegang saham) tetapi juga kepada *stakeholders* (yang berkepentingan) yang di dalamnya meliputi *customer*, pegawai, pemerintah, pemilik, investor bahkan kompetitor. Keberlanjutan perusahaan dalam gagasan CSR tidak lagi dihadapkan

pada tanggung jawab *single bottom line* yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan, tetapi juga berdasarkan aspek sosial dan lingkungan yang termuat dalam *triple bottom line*. Pada kenyataan tidak sedikit perusahaan yang mengabaikan aspek sosial dan aspek lingkungan.

Bagi para investor di pasar modal, terutama mereka yang mempunyai horizon investasi jangka panjang, laporan CSR dapat digunakan sebagai salah satu sumber untuk menentukan keputusan investasi. Laporan tersebut bermanfaat untuk mengidentifikasi perusahaan yang mempunyai komitmen yang tinggi terhadap CSR. Perusahaan yang mempunyai komitmen yang tinggi terhadap CSR akan diapresiasi oleh masyarakat sehingga reputasi perusahaan akan meningkat. Reputasi yang baik akan lebih memudahkan perusahaan menjalankan bisnisnya sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangannya, yang kemudian tercermin di harga saham yang terus meningkat.

Kecenderungan investor untuk mempertimbangkan kegiatan CSR dalam keputusan investasi di saham memang semakin marak terlihat dari penurunan nilai *Earning Response Coefficient* (ERC) seiring dengan penurunan perhatian terhadap nilai laba yang diperoleh perusahaan dan memperhatikan faktor lain termasuk CSR. Di beberapa Negara maju, istilah yang digunakan adalah '*Socially Responsible Investing*', yaitu investor hanya melakukan investasi di saham dari perusahaan yang melaksanakan CSR, termasuk diantaranya melakukan upaya pelestarian lingkungan. Investor memerlukan laporan kegiatan CSR perusahaan yang objektif dan mencerminkan akuntabilitas perusahaan terhadap kegiatan ini.

Dalam penelitian ini menggunakan laporan tahunan periode 2008-2009, yang dianggap lebih *up-to-date* untuk implementasi program CSR

yang telah dilaksanakan dan melihat perkembangan bisnis industri Telekomunikasi yang tetap kebal disaat terjadi krisis globalisasi pada tahun 2009. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini menguji **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* (Studi Pada Industri Telekomunikasi di BEI Tahun 2008-2009)”**.

1.3 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan yang telah diungkapkan dalam latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang dilaksanakan pada Industri Telekomunikasi di BEI Tahun 2008-2009?
2. Bagaimanakah *Earning Response Coefficient* pada Industri Telekomunikasi di BEI Tahun 2008-2009?
3. Bagaimanakah pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* pada Industri Telekomunikasi di BEI Tahun 2008-2009?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimanakah *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang dilaksanakan pada Industri Telekomunikasi di BEI Tahun 2008-2009.
2. Mengetahui bagaimanakah *Earning Response Coefficient* pada Industri Telekomunikasi di BEI Tahun 2008-2009.

3. Mengetahui bagaimanakah pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* pada Industri Telekomunikasi di BEI Tahun 2008-2009.

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1) Bagi Penulis

Penulis berharap dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan diharapkan penelitian ini dapat melengkapi serta memperkaya khazanah keilmuan bagi penulis.

2) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan bagi akademisi.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian serupa.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi informasi kepada perusahaan tentang betapa pentingnya melakukan *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan. Selain itu diharapkan dapat meningkatkan program CSR terhadap *shareholders* maupun *stakeholders*.

2) Bagi Investor dan Investor Potensial

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi investor dan investor potensial dalam mempertimbangkan dan mengambil

keputusan investasi pada perusahaan yang *listing* di BEI khususnya industri Telekomunikasi.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika skripsi bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai isi skripsi ini agar jelas dan terstruktur, maka dibawah ini disajikan secara garis besar sistematika skripsi yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pertama yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan lebih banyak ditonjolkan mengenai konstruksi dasar yang nantinya akan digunakan sebagai alat untuk menjawab perumusan masalah. Dalam bab ini berisi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji regresi dan asumsi klasik.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan dan membahas mengenai pengujian hipotesis yang telah diutarakan dalam bab sebelumnya dengan menggunakan alat analisis yang juga telah diutarakan dalam metode penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian.