

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Perusahaan Pertanian di Bursa Efek Indonesia

Bursa Efek Indonesia merupakan salah satu lembaga perantara dalam memfasilitasi perusahaan yang membutuhkan modal (emiten) dan investor yang memiliki kelebihan modal. Bursa Efek Indonesia memberikan fasilitas berupa perdagangan efek (*Equity*), perdagangan obligasi (*Fixed Income*), serta perdagangan derivatif (*Derivative Instruments*) (Hamzah *et al.*, 2021). Bursa Efek Indonesia memiliki perusahaan dalam berbagai sektor didalamnya termasuk sektor pertanian. Perusahaan pertanian adalah usaha pertanian yang memproduksi hasil tertentu dengan sistem pertanian seragam di bawah sistem manajemen yang terpusat dengan menggunakan berbagai metode ilmiah dan teknik pengolahan yang efisien untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya (Susilo & Suwandi, 2022).

Sektor pertanian berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, penyedia lapangan kerja dan penyediaan pangan. Sektor pertanian merupakan tonggak utama dalam pemerataan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia yang dimana sektor pertanian bergerak dibidang pengelolaan hasil perkebunan, pertanian, perikanan dan lainnya (Pratama & Idawati, 2019). Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sektor pertanian terdiri dari 26 perusahaan yang terbagi dalam 5 sub bagian. Yaitu sub Tanaman Pangan terdiri dari 1 perusahaan, sub Perkebunan terdiri dari 21

perusahaan, sub Perikanan terdiri dari 3 perusahaan, sub Peternakan 1 perusahaan dan terakhir subsektor lain yang terdiri dari 1 Perusahaan (BEI, 2024).

## **2.2. Corporate Social Responsibility (CSR)**

Awal mula munculnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. 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*).

CSR telah diatur secara tegas di Indonesia yaitu pada Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan- perusahaan BUMN. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Konsep CSR berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-*

*holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut (Widjaja & Yeremia, 2018). Pengertian tersebut sama dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan, yaitu merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Sulistyaningtyas, 2016).

Kompetensi perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat diharapkan mampu memberikan manfaat yang besar dan menguntungkan, manfaat implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* dapat berupa pengurangan risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan (Wati & SE, 2019). manfaat yang dapat diperoleh suatu perusahaan yang mengimplementasikan CSR antara lain: 1) Peningkatan penjualan dan pangsa pasar (*Increased sales and market share*); 2) Memperkuat posisi nama atau merek dagang (*strengthened brand positioning*); 3) Meningkatkan citra perusahaan (*Enhanced corporate image and clout*); 4) Meningkatkan kemampuan untuk menarik, memotivasi dan mempertahankan pegawai (*Increased ability to attract, motivate, and retain employees*); 5) Menurunkan biaya operasi (*Decreasing operating cost*); 6) Meningkatkan daya tarik bagi investor dan analis keuangan (*Increased appeal to investors and financial analysts*) (Retnaningsih, 2015).

Perusahaan akan mengungkapkan program CSR pada laporan keberlanjutan perusahaan. Pengungkapan CSR atau *CSR Disclosure* merupakan proses

mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Ratmono & Sagala, 2015). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomis dan politis (Awuy *et al.*, 2016).

Praktik pengungkapan CSR bervariasi di antar waktu dan antar negara. Hal ini disebabkan isu – isu yang dipandang penting oleh satu negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain (Fajrria, 2013). Di Indonesia sendiri, sampai sejauh ini belum ada standar khusus yang mengatur tentang pelaporan CSR. Hal ini dikarenakan sulitnya mengukur biaya dan manfaat sosial perusahaan di masa depan sehingga perusahaan dapat merancang sendiri bentuk pelaporan pertanggungjawaban sosialnya pada publik (Yoehana & Harto, 2013).

Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*. *sustainability report* harus disusun berdasarkan GRI Standards yang sudah ditetapkan untuk menyediakan informasi mengenai kontribusi positif atau negatif perusahaan bagi pembangunan keberlanjutan (Pratiwi & Chariri, 2013)). Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja, melainkan dari sudut pandang ekonomi, sosial dan lingkungan. Gagasan ini merupakan akibat dari adanya 3

dampak operasi perusahaan yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. GRI Standards berisi tentang 3 (tiga) modul yakni Standar Umum meliputi GRI-101 *Foundation*, GRI-102 *General Disclosure*, dan GRI-103 *Management Approach*. Sementara itu, terdapat pula modul Standar Spesifik mencakup GRI-200 *Economy*, GRI-300 *Environment* dan GRI-400 *Social*. GRI Standards berisikan ketentuan yang harus dilaporkan, dan yang tidak wajib dilaporkan, atau referensi lain yang dapat digunakan untuk pelaporan (Munandar *et al.*, 2021). Dengan demikian, perusahaan-perusahaan harus melaporkan kegiatan bisnis mereka dengan menggunakan pedoman GRI Standards agar dapat dilihat oleh masyarakat mengenai kegiatan keberlanjutan seperti CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

### **2.3. Kinerja Perusahaan Pertanian di Bursa Efek Indonesia**

Kinerja perusahaan dapat dijadikan pedoman dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan. Kinerja perusahaan adalah keadaan perusahaan selama periode waktu tertentu mengenai hasil kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Sipahehul *et al.*, 2018). Untuk mencapai sasaran tersebut, seluruh pihak yang berkepentingan dengan perusahaan harus bekerja sama secara sistematis demi menghasilkan kinerja yang optimal sehingga terwujudnya visi dan misi dari perusahaan (Ardianingsi & Ardiyani, 2016).

Tingkat profitabilitas digunakan sebagai dasar untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Hal ini perlu diukur mengingat daya tarik bisnis (*business attractiveness*) merupakan salah satu indikator penting dalam persaingan usaha

(Safrida, 2014). Indikator daya tarik bisnis dapat diukur dari profitabilitas usaha, yaitu *Return on Investment* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) yang dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan pertanian yang listing di BEI selama tahun 2021-2022, yang didokumentasikan dalam [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) serta sumber lain yang relevan seperti (*Indonesia Capital Market Directory*) ICMD. Penggunaan rasio profitabilitas adalah untuk mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, mengetahui posisi perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, dan mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu (Fajrin & Laily, 2016).

a. *Net Profit Margin*

*Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. *Net profit margin* dinyatakan dalam rumus :

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

b. *Return on Asset*

*Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas yang menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan. (Sari, 2020). *Return On Asset* dinyatakan dalam rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

c. *Return on Equity*

*Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan modal saham tertentu. *Return On Equity* dinyatakan dalam rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

### **2.3.1. Hubungan Kinerja perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility***

Kinerja perusahaan dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang dapat dikategorikan menjadi faktor internal dan eksternal (Asy'Ari, 2019). faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Komitmen kepemimpinan

Dukungan dan komitmen dari pimpinan perusahaan sangat penting untuk memastikan kelancaran pelaksanaan program CSR.

2. Strategi CSR yang terintegrasi

Program CSR harus selaras dengan strategi bisnis perusahaan dan memiliki tujuan yang jelas dan terukur.

3. Sumber daya yang memadai

Perusahaan harus mengalokasikan sumber daya yang cukup, baik finansial maupun non-finansial, untuk mendukung pelaksanaan program CSR.

4. Budaya perusahaan yang mendukung

Budaya perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan tanggung jawab sosial akan mendorong karyawan untuk terlibat aktif dalam program CSR.

#### 5. Sistem monitoring dan evaluasi

Perusahaan perlu memiliki sistem untuk memantau dan mengevaluasi efektivitas program CSR secara berkala.

Faktor – faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan adalah sebagai berikut:

##### 1. Ekspektasi stakeholder

Perusahaan perlu memahami dan memenuhi ekspektasi stakeholder terkait program CSR.

##### 2. Kondisi sosial dan ekonomi

Kondisi sosial dan ekonomi di sekitar perusahaan dapat memengaruhi pilihan program CSR dan efektivitasnya.

##### 3. Regulasi pemerintah

Peraturan dan kebijakan pemerintah terkait CSR dapat memengaruhi ruang gerak perusahaan dalam menjalankan program CSR.

##### 4. Persaingan

Perusahaan perlu mempertimbangkan bagaimana program CSRnya dapat membedakan dirinya dari pesaing.

##### 5. Media dan public

Media dan publik dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap program CSR perusahaan.