

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Tujuan utama perusahaan didirikan tentu saja untuk meningkatkan keuntungan atau laba. Hal ini karena laba merupakan suatu syarat perusahaan untuk dapat terus berkembang, selain itu laba juga merupakan suatu bentuk tanggung jawab ekonomi dalam pengelola perusahaan kepada pemangku kepentingan (stakeholder) seperti pemegang saham, kreditor, hingga pemerintah. Selain laba sebagai bentuk pertanggung jawaban pengelola perusahaan laba juga merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada stakeholder yaitu tanggung jawab kepada Legal Responsibility dan Sosial Responsibility. Legal responsibility adalah tanggungjawab perusahaan dalam mematuhi perundang-undang yang berlaku, sedangkan Sosial Responsibility merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas.

Perkembangan zaman saat ini banyak menyebabkan kerusakan alam seperti lingkungan. Kerusakan lingkungan mulai banyak dirasakan oleh masyarakat diseluruh belahan dunia, yang diakibatkan karena adanya kegiatan operasional perusahaan. Permasalahan tentang lingkungan juga dialami di Indonesia, khususnya di kota-kota besar, karena dampak lingkungan dari industrialisasi di kota-kota besar telah dianggap berada pada tingkat yang membahayakan yaitu masyarakat sudah kesulitan memperoleh air bersih dan menghirup udara segar serta kondisi alam telah mengalami perubahan dan tanah telah mengalami degradasi.

Saat banyak perusahaan yang berkembang, maka pada saat itu juga kesenjangan sosial dan kerusakan disekitar lingkungan perusahaan dapat terjadi. Banyak ditemukan dampak negatif yang disebabkan kan oleh aktivitas operasi perusahaan, terutama perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Namun disisi lain, lahirnya perusahaan-perusahaan baru juga mempunyai dampak positif, yaitu

bertambahnya lapangan pekerjaan, sehingga pertumbuhan ekonomi pun otomatis juga akan meningkat. Tapi di sisi lain, lahirnya perusahaan juga mempunyai dampak negatif yang dapat mempengaruhi kelestarian lingkungan, yaitu dengan adanya pengabaian terhadap kelestarian lingkungan alam dimana tempat perusahaan tersebut beroperasi.

Kusumadilaga (2010) mengatakan Para investor yang hanya berfokus pada laba material, sudah mengganggu keselarasan kehidupan dengan cara mendukung kemajuan kapasitas ekonomi yang dipunyai manusia dengan cara berlebihan yang tidak memberi sumbangan apapun bagi kemajuan kesejahteraan mereka tetapi malah justru membuat mereka mengalami penurunan kondisi social.

Untuk mewujudkan pembangunan yang baik dan berkelanjutan dalam operasinya perusahaan harus melihat pembangunan ekonomi, pembangunan sosial serta perlindungan lingkungan. Oleh karena itu, muncullah kesadaran untuk mengurangi dampak negatif dari operasi bisnis perusahaan yaitu dengan menerapkan pengembangan Corporate Social Responsibility (CSR) sehingga penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai suatu beban bagi perusahaan, melainkan sebagai suatu investasi bagi perusahaan. Hal inilah yang membuat CSR menjadi salah satu topik yang selalu hangat dan menarik untuk dibahas dalam berbagai penelitian baik berupa jurnal, skripsi, artikel maupun simposium nasional. Hal ini juga yang menunjukkan bahwa dengan melaksanakan csr maka perusahaan tersebut akan mendapatkan respon positif sebagai nilai tambah perusahaan dari para pelaku pasar.

Julianto panjaitan (2015) mengatakan CSR adalah suatu cara bagi perusahaan dalam mengelola usahanya yang tidak hanya berpatokan kepada kepentingan para pemegang saham tetapi juga bagi para pihak-pihak lain seperti masyarakat, para pekerja, serta komunitas local atau yang sering disebut stakeholder.

Pada masa ini tanggung jawab perusahaan (CSR) bukan lagi merupakan suatu pilihan tetapi CSR pada masa sekarang merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk menjaga keseimbangan alam. Hal 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) TJSL 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 ([www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com)). Dengan adanya ini, maka perusahaan khususnya melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR terdapat didalam UndangUndang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh 3 tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”(Kusumadilaga,2010).

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat diartikan sebagai pemberi informasi keuangan dan non keuangan yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan dengan keadaan sosial dan lingkungan, sebagaimana ditunjukkan dalam laporan tahunan atau laporan sosial yang terpisah.

Standart pelaporan yang terus berkelanjutan dapat membantu suatu organisasi untuk menetapkan tujuan, mengukur kinerja, dan mengelola perubahan dalam membuat operasi berkelanjutan, dengan tujuan menciptakan Global Reporting Initiative (GRI) membuat keterangan yang abstrak menjadi nyata dan konkret sangat dibutuhkan dalam pengungkapan CSR, sehingga dapat membantu dalam upaya akan kesadaran dan pengelolaan dampak dari pengembangan keberlanjutan terhadap aktivitas dan strategi suatu organisasi (Safitri Rahmadan,2019).

Irvan Deriyarso(2014) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) juga sering dianggap sebagai inti dari etika bisnis, yang artinya bahwa perusahaan bukan hanya memiliki kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham atau shareholder,tetapi juga memiliki kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder) yang jangkauannya bisa dapat melebihi kewajiban kewajiban ekonomi dan legal. Global Compact Initiative (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (profit, people, planet), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (profit), tetapi juga mensejahterakan orang (people), dan menjamin keberlanjutan hidup bumi ini.

Perkembangan CSR secara konseptual kemudian baru diatur sejak tahun 1980-an yang dapat dilihat dalam 5 hal berikut: (1) Ramainya fenomena “take over” antar perusahaan yang sering disebabkan oleh keahlian implementasi keuangan. (2) Hancurnya tembok Berlin yang merupakan tanda tumbangnya paham komunis dan semakin kuatnya imperium golongan secara global. (3) Meningkatnya operasi perusahaan multinasional di negara-negara berkembang, sehingga diminta supaya dapat memperhatikan: HAM, kondisi sosial dan perlakuan yang adil terhadap buruh. (4) Keuniversalan dan berkurangnya peran pemerintah yang hampir di seluruh dunia telah memicu tumbuhnya LSM (termasuk asosiasi profesi) yang memfokuskan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kecemasan akan punahnya berbagai jenis baik hewan maupun tumbuhan sehingga ekosistem semakin tidak tetap.(5) Adanya kepekaan dari perusahaan akan penting logo dan nama baik perusahaan dalam mendukung perusahaan menuju ke bisnis yang berkelanjutan ( Zuhron Saedah,2015).

Irvan Deriyarso (2014) Mengatakan bahwa direktur perusahaan akan menyatakan informasi sosial dalam bentuk untuk memajukan nilai perusahaan,meskipun perusahaan harus mengorbankan sumber daya yang dimiliki untuk kegiatan tersebut.Dengan begitu,pemaparan informasi tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungan juga harus dilaksanakan oleh perusahaan karena dengan cara tidak langsung ini akan menjadi penilaian bagi investor dan kreditur terhadap kejujuran perusahaan.Semakin baik tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan dan didukung

dengan baiknya tingkat profitabilitas, maka semakin baik pula nilai perusahaan tersebut.

Saat ini Tanggung jawab social perusahaan (CSR) tidak lagi diperhadapkan pada tanggung jawab yang berdasarkan pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang dicerminkan dalam kondisi keuangannya (financial) saja akan tetapi tanggung jawab perusahaan harus berdasar pada *triple bottom lines* yaitu selain kondisi keuangan nilai perusahaan juga dicerminkan pada kondisi social dan lingkungan kenapa demikian Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Sustainable). Keberlanjutan hidup suatu perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan dapat memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi bukti bagaimana pengaruh masyarakat sekitar di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan kepada perusahaan yang dianggap tidak mempeerdulikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Masyarakat pada jaman lebih pandai dalam menentukan setiap produk yang akan mereka beli/konsumsi. Pada saat ini, masyarakat condong untuk memilih produk yang diproduksi atau dihasilkan oleh suatu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan social, atau perusahaan yang menerapkan Csr. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) mengatakan bahwa kebanyakan konsumen akan menyisihkan suatu produk dari suatu perusahaan yang memiliki citra buruk atau mempunyai citra negative di masyarakat. Banyak keuntungan yang akan didapat perusahaan dengan pelaksanaan tanggung jawab social, atau corporate social responsibility, antara lain produk yang dihasilkan semakin digemari oleh konsumen dan perusahaan disukai oleh investor. Selain mendapatkan keuntungan, Corporate social responsibility juga dapat dipakai sebagai alat pemasaran model baru bagi perusahaan jika itu dilakukan secara jangka panjang atau berkelanjutan. Untuk melakukan berbagai bentuk kegiatan CSR berarti perusahaan juga harus mengeluarkan sejumlah biaya, dan biaya tersebut pada akhirnya akan menjadi beban yang harus ditanggung oleh perusahaan sehingga dapat mengurangi pendapatan, dan

mengakibatkan tingkat profit perusahaan akan mengalami penurunan. salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis, meskipun belum bersifat compulsory, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya dalam kadar yang beragam.

Seiring dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga semakin meningkat (Satyo, 2005 dalam Sutopoyudo, 2009). Oleh karena itu, CSR mempunyai peran penting dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan yaitu dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Rakhiemah dan Agustia (2009) mengatakan suatu perusahaan akan memperoleh banyak sekali manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR apabila perusahaan tersebut melakukannya dengan sungguh-sungguh yaitu dengan cara dapat memperkuat hubungan dengan stakeholders, membenarkan visi, misi, dan prinsip perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan bisnis internal perusahaan, membantu pembetulan perusahaan secara terus menerus sebagai wujud manajemen resiko dan untuk menjaga nama baik perusahaan, serta untuk mencapai mutu dalam hal modal, tenaga kerja, supplier, dan pangsa pasar.

Penelitian ini mengacu pada penelitian (Laras Surya Ramadhani, 2012) yang dahulu meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada periode tahun 2010-2011 dan digunakannya prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan beberapa variabel dalam penelitian sebelumnya yang tidak dipergunakan adalah prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Tidak dipakainya variabel tersebut dikarenakan prosentase kepemilikan manajemen sudah berpengaruh positif di dalam peningkatan luas pengungkapan pertanggung jawaban sosial

perusahaan, sehingga digunakan variabel lain untuk menguji pengaruhnya di dalam hubungan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

Selanjutnya, profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian ini karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Laras Surya Ramadhani (2012) terletak pada tahun penelitian yaitu pada sector manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 khususnya pada sub sector kimia sedangkan Laras Surya Ramadhani (2012) menggunakan sector perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2011.

Pemilihan sampel perusahaan manufaktur oleh peneliti khususnya pada subsector kimia dikarenakan perusahaan manufaktur sub sector kimia lebih banyak memberikan pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya yang diakibatkan oleh adanya aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu, industry kimia juga dapat menghasilkan limbah berbahaya dan beracun dalam jumlah besar yang berpotensi menghasilkan polutan yang berasal dari zat dan sumber lainnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menjadikan perusahaan manufaktur sub sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian. Pada penelitian ini menggunakan tahun pengamatan 2018-2020 karena tahun tersebut merupakan tahun terbaru pada saat dilakukannya penelitian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul. "***Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur subsektor kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020***"

## **1.2.Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *profitabilitas* sebagai variabel moderating dapat memoderating hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020?

## **1.3.Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur sub sektor kimia yang terdaftar di BEI periode 2018-2020
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur sub sektor kimia yang terdaftar di BEI periode 2018-2020
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Apakah *profitabilitas* sebagai variabel moderating dapat memoderating hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kimia yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.

## **1.4.Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan wawasan dibidang manajemen terkait dengan penerapan *conporate social responsibility* dan profitalitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.



2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi pertimbangan kepada perusahaan sebagai acuan dalam membuat kebijakan guna meningkatkan nilai perusahaan serta melaksanakan tanggung jawab social dari perusahaan terhadap lingkungan sekitar, agar masyarakat dapat terhindar dari segala dampak negatif yang berkaitan dengan lingkungan.

b. Bagi Investor

Agar Hasil dari penelitian ini dapat memberikan suatu pandangan baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan oleh investor dalam mengambil keputusan untuk investasi pada perusahaan-perusahaan yang tidak hanya mementingkan laba atau aspek ekonomi saja tetapi juga mementingkan aspek lingkungan dan sosial. Serta diharapkan agar dapat membantu investor untuk memilih secara bijak dalam melakukan investasi dengan tepat.

c. Bagi Masyarakat

Akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.