

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Eksistensi perusahaan beroperasi untuk memaksimalkan keuntungan atau laba. Hal ini disebabkan laba adalah syarat perusahaan dapat terus hidup dan berkembang. Selain itu, laba adalah bentuk tanggungjawab ekonomi pengelola perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti pemegang saham, kreditor, hingga pemerintah. Menurut Solihin (2008) selain laba sebagai bentuk pertanggungjawaban pengelola perusahaan, ada tanggungjawab lain perusahaan kepada *stakeholder* yaitu *legal responsibility* dan *sosial responsibility*. *Legal Responsibility* adalah tanggungjawab perusahaan dalam mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan *social responsibility*, yang selama ini kita kenal dengan CSR atau *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas. Octavia (2012) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas yang dihasilkan dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan kepentingannya sendiri. Sehingga, beberapa penelitian menjadikan profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* mengacu pada semua hubungan yang timbul antara perusahaan dengan semua pemangku kepentingan. Ini termasuk pelanggan atau klien, karyawan, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, pemasok, dan bahkan pesaing. Dahlia dan Siregar (2008) berpendapat bahwa 3P (Profit, People, Planet) bukanlah tujuan bisnis untuk mencari keuntungan semata. Tetapi juga menjamin kesejahteraan manusia (people) dan keberlangsungan kehidupan (planet). Pengembangan program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pengembangan masyarakat, sosialisasi, beasiswa, dll.

Keberlanjutan perusahaan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi

sosial dan lingkungan. Fakta bahwa di berbagai tempat dan waktu, masyarakat sekitar menentang pengusaha yang tidak memperhatikan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan mereka. Perusahaan dapat memperoleh manfaat yang besar dari pelaksanaan tanggung jawab sosial, misalnya produk semakin populer di kalangan konsumen dan perusahaan menarik investor. *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan sebagai alat pemasaran baru bagi perusahaan jika diterapkan secara berkelanjutan. Yao dkk. (2011) menemukan bahwa perusahaan di industri profil tinggi memberikan lebih banyak informasi sosial daripada perusahaan di industri profil rendah. Perusahaan yang baik harus mampu mengelola peluang finansial dan non finansial untuk meningkatkan nilai perusahaan sesuai dengan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi sebuah perusahaan karena memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan kekayaan pemegang saham yang merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan (Yao et al. 2011). Menerapkan kewajiban perusahaan berarti bahwa perusahaan mengeluarkan biaya. Biaya-biaya tersebut pada akhirnya menjadi beban yang mengurangi omset sehingga tingkat keuntungan perusahaan turun. Namun, pelaksanaan tanggung jawab perusahaan meningkatkan citra perusahaan, yang meningkatkan loyalitas konsumen.

Profitabilitas dipilih sebagai variabel pemoderasi dalam penelitian ini karena beberapa penelitian masih menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang cenderung memoderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Secara teoritis, semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai suatu perusahaan, maka semakin kuat pula hubungan antara social public dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Ketika membuat keputusan investasi, calon investor mempertimbangkan profitabilitas yang dicapai perusahaan selain hasil dan tanggung jawab sosial. Sehingga akhirnya, peningkatan nilai perusahaan (harga saham yang tinggi) diharapkan ketika investor membuat permintaan investasi ekuitas yang besar untuk membuat keputusan investasi perusahaan (Frihatni, 2014)

Penelitian ini terkait dengan penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) yang

sebelumnya meneliti tentang dampak CSR terhadap nilai perusahaan pada periode 2005 dan menggunakan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah CSR memiliki pengaruh dampak tentang perusahaan skor. Meskipun beberapa variabel pada penelitian sebelumnya yang tidak digunakan adalah kepemilikan manajemen sebagai variabel moderasi. Variabel ini tidak digunakan karena kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR, sehingga digunakan variabel lain untuk menguji pengaruhnya terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Selanjutnya, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderator dalam penelitian ini, karena secara teori, semakin menguntungkan suatu perusahaan, semakin kuat korelasi antara pengungkapan sosial dan nilai perusahaan. Perbedaan lain dari penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menggunakan standar GRI (Global Reporting Initiative) untuk mengukur pengungkapan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.

Perusahaan pertambangan dipilih karena kegiatan usahanya berkaitan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang berdampak langsung terhadap lingkungan. Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya, salah satunya adalah pertambangan. Perusahaan pertambangan memanfaatkan sumber daya alam yang cenderung merusak lingkungan jika dioperasikan semata-mata untuk mencari keuntungan. Seperti yang Anda ketahui, kegiatan pertambangan Indonesia memiliki sejarah yang tidak dapat disangkal buruk, namun pertambangan Indonesia tetap menjadi prioritas utama bagi investor.

Berdasarkan data CSR Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016, menunjukkan bahwa CSR 5 (5) dari 8 (8) perusahaan pertambangan mengalami penurunan. Situasi ini membuat investor enggan berinvestasi di perusahaan yang terkena dampak. Jika hal ini berlangsung terus menerus maka akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dan tidak dapat melanjutkan operasinya sehingga perusahaan tersebut dapat dinyatakan pailit.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui apakah profitabilitas memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan

## **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya tanggung jawab social perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan *suistaunability reporting* serta meningkatkan kepedulian lingkungan.
2. Bagi investor, diharapkan dapat memberikan informasi baru dalam pertimbangannya berinvestasi.
3. Bagi masyarakat dan karyawan, memberikan pancingan secara proaktif agar lebih kritis akan hak-hak yang seharusnya diperoleh, sehingga kontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dapat berjalan.
4. Sebagai bahan acuan terhadap penelitian tentang tanggung jawab social berikutnya.