

# BAB I

## PENDAHULUAN

### a. Latar Belakang

Kegiatan pertambangan banyak merusak lingkungan, yang berdampak sangat buruk bagi kehidupan manusia. Berbagai masalah muncul akibat kegiatan pertambangan yang tidak dikelola dengan baik. Bumi yang sudah tidak sehat lagi menunjukkan berbagai macam gejala, seperti kondisi cuaca yang tidak normal, bencana alam di berbagai tempat, dan semacamnya. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para shareholder, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, lingkungan, pemilik atau investor, supplier, komunitas dan juga pesaing.

Corporate Social Responsibility(CSR) atau lebih dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu kegiatan wajib perusahaan dalam menjalani tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Yang telah diatur dalam UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 dimana pada butir pertama dijelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Hal ini sangat penting untuk meyakinkan masyarakat bahwa kehadiran perusahaan pertambangan yang akan menguasai sumber alam di wilayah itu akan memberi kompensasi pada mereka dalam bentuk program-program yang akan meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi penduduk. Pengungkapan mengenai CSR sendiri belum diatur dan hanya beberapa perusahaan saja yang wajib mengungkapkan pelaksanaannya. Pengungkapan CSR yang baik memberikan respon yang positif dari investor berupa ketertarikan terhadap pembelian saham perusahaan yang dapat meningkatkan saham perusahaan. Oleh sebab itu CSR sangat berperan untuk meningkatkan *Firm value*.

Begitu pula dengan growth opportunity suatu perusahaan. Menurut Rita Puji Astuti (2014), growth opportunity merupakan suatu peluang yang dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi dalam mengembangkan perusahaannya dan merupakan cerminan dari produktivitas

perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan (manajemen) maupun pihak eksternal (investor dan kreditor). Agustina (2012) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan (growth opportunity) mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap perubahan harga saham. Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham, yang nantinya akan berpengaruh pada *Firm value*.

Beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang hasilnya profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor pada perusahaan sehingga persepsi investor (Agustina, 2012), (Febriana, 2013), dan (Susanti, 2010). Namun dalam penelitian Kusumadilaga (2010), Thohiri (2011), dan Wirokosumo (2011) mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi menemukan bahwa profitabilitas tidak memoderasi pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan dengan menggunakan ROA sebagai proksi dari variabel profitabilitas.

Penelitian ini dilakukan kembali untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, namun menggunakan profitabilitas dan growth opportunity sebagai variabel moderasinya. Profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini, dikarenakan secara teoritis, semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai suatu perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan CSR pada nilai perusahaan. Dan growth opportunity karena merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan.

## **b. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

- a. Apakah *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap *Firm value* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016?
- b. Apakah *Profitability* sebagai variabel Moderasi memperkuat pengaruh hubungan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *Firm value*?
- c. Apakah *growth opportunity* sebagai variabel Moderasi memperkuat pengaruh hubungan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *Firm value*?

## **c. Tujuan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *Firm value* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2014-2016?
- b. Untuk mengetahui *Profitability* dapat memoderasi hubungan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *Firm value*?
- c. Untuk mengetahui *growth opportunity* dapat memoderasi hubungan hubungan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap *Firm value*?

## **d. Manfaat Penelitian**

- a. Bagi penulis, menambah wawasan yang lebih luas dalam menerapkan ilmu yang diperoleh, khususnya mengenai hubungan antara CSR dan *Firm value*. Dan bisa diperkuat atau diperlemah dengan variabel moderasi *profitability* dan *growth opportunity*.
- b. Bagi perusahaan, hasil penulisan ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk memaksimalkan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) secara berkelanjutan dapat dijadikan sebagai alat pemasaran yang baik untuk produk yang dihasilkan oleh perusahaan

