

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk mengelola fungsi manajemen dan sumber daya manusia. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan, dan nilai tersebut akan terus tumbuh berkelanjutan seiring dengan perhatian perusahaan terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, namun keberadaan perusahaan ternyata juga banyak menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, sehingga dalam hal ini harus menciptakan bentuk tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Aktivitas tersebut dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perkembangan praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia dilatarbelakangi oleh dukungan pemerintah, yaitu dengan dikeluarkannya regulasi terhadap kewajiban praktik dan pengungkapan CSR (Astuti, 2019). Hal ini termuat dalam UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya ditetapkan oleh PP No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan Perseroan Terbatas, sehingga dari peraturan tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan dalam mengoperasionalkan usahanya wajib melakukan pertanggungjawaban atas kondisi sosial dan lingkungan dan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan, Latifah & Luhur (dalam Mazida, 2018). Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR terdapat dalam undang-undang nomor 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup. Pasal 41 ayat (1) menyatakan bahwa “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta”. Yang selanjutnya Pasal 42 ayat (1) yang menyatakan “Barang siapa yang melakukan kelupaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta”.

CSR sering di anggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban terhadap pemegang saham atau *shareholder* tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan atau *stakeholder* (Sudarma

& Darmayanti, 2017). CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktifitas operasional perusahaan. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) pertama kali diperkenalkan oleh Howard R Bowen pada tahun 1953, konsep ini mengacu pada pelaku bisnis yang memiliki kewajiban untuk menjalankan usahanya dengan tujuan yang ingin dicapai oleh masyarakat disekitar perusahaan, Howard R Bowen juga mengungkapkan tentang prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan. CSR yang dilakukan perusahaan akan memberikan suatu apresiasi sendiri yang di terima oleh perusahaan. Menurut Wahyuningrum et al (2015), Perusahaan yang telah meyakini CSR sebagai suatu kewajiban bagi perusahaan, maka dengan sendirinya perusahaan telah melaksanakan investasi sosial. Sebagai investasi sosial maka perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam bentuk manfaat, antara lain : 1) meningkatkan profitabilitas dan kinerja finansial yang lebih kokoh, misalnya lewat efisiensi lingkungan, 2) meningkatkan akuntabilitas, *assessment*, dan komunitas investasi, 3) mendorong komitmen karyawan, karena mereka diperhatikan dan dihargai.

Pengungkapan pelaksanaan CSR menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisis sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. Diharapkan pengungkapan CSR tersebut mampu mempengaruhi secara positif perilaku investor untuk lebih memperhatikan aspek sosial. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai konsumen dan perusahaan diminati investor. Selain melakukan pengungkapan laporan keuangan yang diwajibkan, perusahaan juga harus melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela (Putra & Wirakusuma, 2015). Melalui pengungkapan CSR, pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Nurlela & Islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang setiap perusahaan untuk mencari para investor (R. D. Anggraini, 2017). Jensen (2001) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan *stakeholder*, dimana manajer akan dinilai berdasarkan keberhasilannya dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam

meningkatkan nilai perusahaan. Dengan berkembangnya sektor dunia bisnis, untuk mencapai tujuan perusahaan yang efektif tidak hanya dilihat dari kondisi kinerja keuangan saja, namun diperlukan nilai perusahaan yang baik pula. Kinerja keuangan perusahaan dikenal sebagai profitabilitas yang merupakan prestasi kerja yang telah dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dan tertuang dalam laporan keuangan perusahaan, sehingga prestasi yang telah dijalankan oleh manajemen dapat dievaluasi dan dapat ditingkatkan untuk tahun berikutnya. Dalam menentukan dan menilai kinerja keuangan, perusahaan berupaya menekan tanggung jawab sosial pada sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan (Fasya, 2018).

Selanjutnya, dalam penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian, penelitian yang pertama yaitu Tenriwaru & Nasaruddin (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi”, adapun hasil dari penelitian ini: 1) Pengungkapan CSR berpengaruh negatif tidak signifikan, 2) Profitabilitas yang diprosikan dengan ROE sebagai variabel moderasi mampu memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang kedua mengacu pada Putra & Wirakusuma (2015) dengan judul penelitian “pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi”, hasil dari penelitian ini yaitu: 1) CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 2) Profitabilitas terbukti mampu mempengaruhi hubungan CSR pada nilai perusahaan. Penelitian yang ketiga mengacu pada Fasya (2018) yang meneliti tentang “pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi”, Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 2) ROA memperkuat pengaruh positif antara CSR terhadap nilai perusahaan, 3) ROA berpengaruh positif antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah profitabilitas mempengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Objek penelitian ini menggunakan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI pada

tahun 2016-2018. Penelitian ini menggunakan perusahaan pertambangan karena kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang mana berdampak langsung pada lingkungan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pengungkapan CSR mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas dapat memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah pengungkapan CSR mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Untuk menguji apakah profitabilitas dapat memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, antara lain:

1. Dapat Mengembangkan konsep *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan dapat memberikan manfaat mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating.
2. Dapat menjadi bahan perbandingan penelitian terdahulu, dan Penelitian ini diharapkan untuk menjadi referensi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ,antara lain:

1. Untuk perusahaan, dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.
2. Untuk investor, dapat dijadikan sebagai pertimbangan pada saat melakukan investasi.
3. Untuk manajemen perusahaan, dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui kemajuan dan kinerja perusahaan melalui nilai perusahaan.

4. Untuk masyarakat, dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh dari barang dan jasa yang mereka gunakan.