

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu bentuk badan usaha yang menjalankan usahanya dengan prinsip *going concern* dan berorientasi pada profitabilitas. Bowen (1943) dalam Rosiana, dkk (2013) menyatakan bahwa kesuksesan dalam dunia bisnis didukung oleh kontribusi perusahaan terhadap warga bisnis dan masyarakat umum. Tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun tumbuh seiring dengan perkembangan perusahaan untuk meningkatkan laba (Rosiana dkk, 2013). Peran swasta yang dominan dalam pembangunan ekonomi menumbuhkan kesadaran akan pentingnya perlindungan lingkungan hidup dan masyarakat sekitar dari dampak negatif yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan (Marina, 2013).

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang tak luput dari fenomena pencemaran dan kerusakan alam yang diakibatkan oleh eksploitasi sumber daya alam yang tak terkendali (Rahmi, 2011). Berdasarkan berita yang dilansir oleh VOAINDONSEIA.com, pada bulan Desember 2013 terjadi kasus kerusakan alam akibat eksploitasi di tambang batu bara Samarinda. PT. Eksploitasi Energi Indonesia Tbk di Kabupaten Palaran telah merusak hutan, mencemari sungai Mahakam, dan menimbulkan banjir yang cukup tinggi saat musim penghujan datang. Potensi sumber daya alam dan energi yang melimpah tidak disertai dengan ketersediaan energi bagi

masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan seringnya pemadaman listrik selama berjam-jam karena pembangkit listrik yang sudah tua. Selain itu kasus Lapindo yang terjadi pada tahun 2006 di Sidoarjo juga memiliki dampak kerusakan lingkungan yang cukup luas. Kebocoran pipa gas yang mengeluarkan lumpur beserta air panas menyebabkan kerusakan yang cukup parah. Lumpur panas tersebut membentuk danau yang menenggelamkan rumah warga di beberapa desa yang ada di sekitar Lapindo. Akibatnya kegiatan di sekitar daerah bencana menjadi terhambat.

Seiring dengan maraknya kasus kerusakan alam akibat kegiatan operasional perusahaan, isu CSR (*Corporate Social Responsibility*) mulai berkembang dikalangan masyarakat. Di Indonesia, CSR mulai berkembang sejak tahun 1990-an. WBCSD sebagai dewan bisnis dunia untuk pembangunan berkelanjutan mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen yang berkelanjutan oleh dunia usaha untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomis sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerjanya serta komunitas dan masyarakat pada umumnya. CSR adalah keterbukaan perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan berkaitan dengan kegiatan sosial, dimana pengungkapan yang dilakukan tidak hanya mengenai informasi keuangan perusahaan saja, namun juga untuk memberikan informasi mengenai dampak yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan terutama yang berkaitan dengan lingkungan hidup dan masalah sosial (Candrayanthi dan Dharma, 2013).

Tanggung jawab yang dimiliki perusahaan tidak hanya sebatas *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam aspek keuangan

(Samsinar Anwar, dkk dalam Marina, 2013), namun harus berpijak pada *triple bottom line*. Istilah *triple bottom line* terdiri dari *profit, people, and planet* yaitu aspek keuangan, aspek sosial dan lingkungan (Rakhmat, 2013). Prinsip tersebut memiliki arti bahwa tujuan dari bisnis perusahaan tidak semata-mata hanya untuk mencari laba (*profit*) yang sebesar-besarnya, tetapi juga untuk mensejahterakan masyarakat (*people*) dan menjamin kelangsungan hidup (*planet*) (Sindhudiptha dan Gerianta, 2013). Dengan meningkatkan *triple bottom line*, perusahaan akan memperoleh manfaat dari peningkatan efisiensi operasional, produksi yang bersih, hubungan dengan *stakeholders* dan peningkatan akses pada peluang bisnis baru (Arafat, et al, 2012). Namun kenyataan yang ada, masih banyak perusahaan yang belum berpijak pada *triple bottom line* dan menilai keberhasilan perusahaan melalui laba yang diperoleh (Marina, 2013).

Perusahaan menerapkan CSR dengan harapan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat serta memaksimalkan kekuatan keuangannya (Sayekti dan Wondabio dalam Gunawan, 2008). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bentuk interaksi dengan masyarakat sebagai akibat dari dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan, baik dampak sosial maupun dampak lingkungan sehingga dapat digunakan sebagai alat manajerial perusahaan untuk menghindari konflik (Marina, 2013). Manfaat lain yang diperoleh perusahaan atas CSR yang dilakukan adalah citra positif di mata *stakeholders* dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (Daniri dalam Marina, 2013).

Gossling dan Voucht (2007) dalam Rosiana dkk (2013) menyatakan bahwa CSR dipandang sebagai suatu bentuk akuntabilitas perusahaan terhadap *stakeholder* yang meliputi karyawan, pelanggan, lingkungan dan komunitas. CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan karena merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban perusahaan atas akibat dari aktivitas operasionalnya (Rosiana dkk, 2013). Perusahaan yang dinilai buruk tidak akan mendapat dukungan dari masyarakat karena keberhasilan dunia bisnis juga ditentukan oleh kontribusinya pada kesejahteraan masyarakat (Bowen dalam Rosiana dkk, 2013). Perusahaan yang tidak dapat mengkomunikasikan kondisi yang sebenarnya pada *stakeholders* akan dinilai lebih rendah dari nilai yang sebenarnya (Gumanti dalam Aminah dan Ramadhani dalam Imron dkk, 2013).

Stakeholder perusahaan seperti pemerintah, organisasi non-pemerintah, masyarakat lokal, konsumen, mitra dagang, karyawan, investor, lembaga keuangan, dan pemegang saham sadar akan pentingnya pengelolaan lingkungan, terutama di negara-negara maju (Iwata & Okada, 2011). Pemerintah sebagai regulator merespon pentingnya CSR dengan mengeluarkan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas (PT) khususnya Pasal 74. Disebutkan bahwa perseroan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jika perusahaan tidak menjalankan tanggung jawab sosialnya, maka sesuai Pasal 74 ayat 3 akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sanksi tersebut menunjukkan bahwa CSR yang semula bersifat *voluntary* (sukarela) berubah menjadi *mandatory*

(wajib). Selain itu Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 (b) juga menyebutkan bahwa setiap penanam modal wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan adanya Undang-Undang yang dikeluarkan oleh pemerintah mengenai CSR maka perusahaan wajib melaporkan pertanggungjawaban sosialnya dalam laporan keuangan perusahaan.

Pengungkapan CSR pada laporan keuangan memiliki andil yang besar terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan Gunawan dan Utami (2008), semakin bagus kualitas pengungkapan CSR maka akan mempertinggi nilai perusahaan. Tujuan didirikannya perusahaan menurut Harjito dalam Imron, dkk (2013) adalah untuk memaksimalkan kekayaan *shareholders* melalui peningkatan nilai perusahaan. Kemakmuran pemegang saham dapat ditunjukkan oleh tingginya nilai perusahaan (Gunawan dan Suharti, 2008). Nilai perusahaan pada perusahaan *go public* berkaitan dengan harga saham yang dimiliki (Sujoko dan Soebiantoro dalam Agustin, 2014). Tingginya nilai perusahaan membuat pasar yakin akan kinerja perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang (Hardiyanti dalam Agustin, 2014).

Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel yang diduga memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Menurut Brammer dan Millington dalam Udayasankar (2007), dampak dari ukuran perusahaan terhadap partisipasi CSR terkait dengan masalah akses sumber daya. Perusahaan yang berukuran besar mengkonsumsi sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil yang secara signifikan mempengaruhi CSR perusahaan. Sembiring

(2006) mengungkapkan bahwa perusahaan besar mendapatkan banyak sorotan dari berbagai pihak. Ukuran perusahaan menunjukkan perkembangan dan daya saing perusahaan yang menjadi daya tarik tersendiri bagi investor (Puspita dalam Imron dkk, 2013). Ukuran perusahaan yang ditunjukkan dari nilai total aset menjadi pertimbangan bagi investor untuk berinvestasi (Imron dkk, 2013). Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pernah digunakan dalam penelitian Firmansyah dan Aam (2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap pengeluaran zakat. Ukuran perusahaan yang diprosikan melalui ln total aset mempengaruhi seberapa besar zakat yang dikeluarkan oleh Bank Umum Syariah di Indonesia. Hal ini dikarenakan Bank Umum Syariah di Indonesia masih tergolong baru dan dalam tahap meningkatkan pangsa pasar sehingga masih banyak pertimbangan sebelum melakukan pengeluaran termasuk zakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka tema dari penelitian ini adalah Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dapat menambah wawasan mahasiswa tentang sejauh mana penerapan CSR di perusahaan yang ada di Indonesia serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

b. Manfaat Praktis

Bagi Pemerintah

Sebagai alat untuk menilai apakah peraturan yang dibuat oleh pemerintah telah diimplementasikan oleh perusahaan yang sudah *go public*.

Bagi Masyarakat

Dapat menambah pengetahuan akan pentingnya CSR serta pengontrol kinerja operasional perusahaan.

1.5. Sistematika Penulisan

Uraian singkat penulisan yang ditulis dalam masing-masing bab diuraikan disini agar dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai isi penulisan ini.

Bab 1 : Pendahuluan

Bab pendahuluan menjelaskan latar belakang permasalahan yang menjadi landasan penelitian ini yaitu pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi serta alasan pemilihan variabel tersebut digunakan sebagai topik permasalahan.

Bab 2 :Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang mendukung penelitian ini, diantaranya teori *stakeholder* dan *signaling theory*. Bab ini juga memaparkan hasil penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini dimana ditemukan *research gap* pada penelitian sebelumnya. Selain itu juga diuraikan hipotesis yang menggambarkan alur penelitian serta kerangka berpikir dari model penelitian ini.

Bab 3 : Metode Penelitian

Bab ini berisi pendekatan penelitian yang dilakukan, yakni pendekatan kuantitatif serta penjelasan variabel-variabel yang digunakan. Variable yang digunakan yaitu nilai perusahaan yang diproksikan melalui *Tobin's Q*, ukuran perusahaan yang diproksikan melalui \ln total aset, dan CSR. Bab ini juga menjelaskan sampel yang digunakan, jenis dan sumber data, serta prosedur pengumpulan data. Selanjutnya adalah teknik yang digunakan dalam penelitian dan langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk menguji hipotesis.

Bab 4 : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi gambaran umum subjek dan objek penelitian, dimana perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menjadi objek penelitian. Dijelaskan

pula hasil pengujian asumsi klasik dan hasil pengujian hipotesis serta interpretasi hasil penelitian.

Bab 5 : Simpulan dan Saran

Bab ini menguraikan tentang simpulan hasil penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya agar penelitian selanjutnya lebih berkembang.

