

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia industri yang sangat menuntut perbaikan berkelanjutan dewasa ini telah banyak dirasakan dampak paham ekonomi kapitalis. Banyak perusahaan yang dalam kegiatannya diarahkan untuk tujuan memaksimalkan laba. Namun, seiring dengan itu perusahaan juga semakin mengabaikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan yang berada di sekitar mereka sebagai akibat adanya eksploitasi perusahaan secara tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba sehingga dapat mengganggu keseimbangan kehidupan. Dampak negatif yang ditimbulkan dari situasi ini telah membuat banyak perusahaan untuk mengembangkan praktik yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Akhir-akhir ini, topik mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan banyak dibahas di berbagai negara. Perusahaan di dunia maupun di Indonesia juga semakin banyak yang mengklaim bahwa mereka telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya seiring dengan semakin maraknya kepedulian mengutamakan *stakeholders*. Sebab dalam praktik penerapan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

CSR merupakan sebuah wacana yang menjadikan perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban kepada pemegang saham (*shareholder*) saja, namun juga kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholders*). CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholders*, meliputi para pemilik modal atau investor, pelanggan (*customers*), pegawai, komunitas atau masyarakat, pemerintah, pemasok (*supplier*) bahkan juga kompetitor. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan infrastruktur, pengembangan masyarakat (*community development*), pendidikan, dan sebagainya. Program-program tersebut dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial di mana perusahaan tersebut berada.

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela, melainkan bersifat wajib bagi beberapa perusahaan di dalam mempertanggungjawabkan kegiatannya. Di Indonesia, hal ini diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 undang-undang tersebut menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan 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.bapepam.go.id).

Kewajiban perusahaan dalam pelaksanaan CSR bukan tanpa manfaat. CSR dapat meningkatkan kinerja perusahaan, di mana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dan produk semakin disukai konsumen. Dengan semakin disukainya produk-produk mereka, maka CSR akan meningkatkan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra perusahaan, dan diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Lebih jauh lagi, pelaksanaan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan.

Saat ini CSR tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (finansial) saja, namun juga berpijak pada *triple bottom lines* yang mencakup kondisi keuangan, sosial, dan lingkungan. Hal ini dikarenakan kondisi keuangan saja tidak menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Untuk itu perusahaan harus memperhatikan secara selaras ketiga dimensi di atas sehingga perusahaan

dapat menggunakan informasi CSR sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan.

Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat semakin meningkat atau citra perusahaan menjadi lebih baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Investasi para pemegang saham dalam rangka mencapai tujuan tersebut diukur dengan ROE sebagai ukuran kinerja keuangan. Kemampuan pengungkapan CSR atau tanggung jawab sosial dalam memberikan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan yang diperkuat dengan kinerja keuangan membuat penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul: **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada saat kinerja keuangan meningkat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris terhadap:

1. Pengujian pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q.
2. Pengujian pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada saat kinerja keuangan meningkat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

1. Bagi para akademisi dan praktisi, dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dan hubungan keduanya pada saat kinerja keuangan meningkat.
2. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dan

sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

3. Bagi investor dan calon investor, dapat memberikan informasi mengenai relevansi dari kinerja keuangan yang menghubungkan antara pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan dengan nilai perusahaan.
4. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
5. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi lima bab. Bab I, yaitu Pendahuluan yang akan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab II, yaitu Tinjauan Pustaka yang menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi acuan teori dalam analisis penelitian. Penelitian terdahulu berkaitan dengan masalah yang diteliti dan pengembangan hipotesis adalah dugaan sementara yang disimpulkan dari landasan teori dan penelitian terdahulu, serta merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti. Bab III, yaitu Metode Penelitian yang menguraikan tentang

bagaimana penelitian akan dilakukan mencakup penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian. Bab IV, yaitu Hasil dan Pembahasan yang menjelaskan tentang analisis terhadap data dan beberapa pengujian yang dilakukan serta temuan empiris yang diperoleh. Bab V, yaitu Penutup yang berisi kesimpulan tentang hasil penelitian, diuraikan pula tentang keterbatasan penelitian serta saran-saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya.