

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan mempunyai tujuan utamanya memaksimalkan nilai perusahaan dan mendapatkan keuntungan untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Disamping itu, setiap perusahaan juga memiliki kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosialnya. Tanggung jawab sosial perusahaan disebut juga dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (Solihin, 2009: 2). *Corporate Social Responsibility (CSR)* sangat perlu dilakukan karena dapat membawa dampak positif bagi perusahaan tersebut. Menurut Cheng dan Yulius (2011, dalam Rosiana, Juliarsa dan Sari, 2013), praktik CSR dapat memberikan banyak manfaat, seperti: dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata investor. Jika perusahaan konsisten melakukan praktik CSR, perusahaan tersebut dapat menunjukkan ke masyarakat dan investor bahwa perusahaan tersebut memiliki kepedulian yang sangat tinggi kepada lingkungan sekitar. Jika perusahaan tersebut memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar, perusahaan tersebut juga peduli terhadap karyawan. Karyawan yang ikut merasakan kepedulian tersebut akan bekerja dengan kinerja yang sangat baik. Hal ini dapat meningkatkan kemajuan perusahaan.

Semakin maju perusahaan semakin tinggi pula nilainya. Perusahaan yang maju merupakan perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi. Menurut Magnan dan Ferrel (2004 dalam Susanto 2007: 21) suatu perusahaan perlu memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial dan bertanggung jawab.

Saat ini CSR sudah tidak asing bagi perusahaan. Sedikit demi sedikit perusahaan telah menyadari bahwa CSR perlu dilakukan. CSR menjadi sangat berkembang mengingat CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perkembangan pelaksanaan CSR di Indonesia ditandai dengan banyaknya perusahaan mengimplementasikan CSR. Perusahaan semakin banyak menerapkan CSR baik dalam bentuk amal (*charity*) maupun pembedayaan (*empowerment*).

Perkembangan CSR membuktikan CSR menjadi sangat penting bagi perusahaan yang ingin meningkatkan nilai perusahaannya. Pemerintah juga mendorong setiap perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 pasal 2 menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam. Di dalam pasal 4 juga dijelaskan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan harus mendapat

persetujuan Dewan Komisaris. CSR juga mendapat dukungan penuh dari pemerintah daerah. Pemerintah Provinsi, Kabupaten dan Kota juga mengupayakan untuk menerbitkan peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan CSR di wilayah Provinsi, Kabupaten dan Kota bersangkutan. Sebagai contoh provinsi yang menerbitkan peraturan mengenai CSR yaitu Provinsi Jawa Timur. Pemerintah Provinsi Jawa Timur telah menerbitkan regulasi terkait dengan hal tersebut, yaitu Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TSP) dan Peraturan Gubernur Jawa Timur nomor 42 tahun 2012 tentang Tanggung jawab Sosial Perusahaan (TSP).

Tanggung jawab sosial perusahaan bukan hanya merupakan inisiatif dari suatu perusahaan namun sudah menjadi kewajiban bagi suatu perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan yang perlu melakukan praktik CSR yaitu perusahaan manufaktur. Perusahaan cenderung melakukan produksi yang menghasilkan limbah. Jika perusahaan manufaktur tidak melakukan praktik CSR, lingkungan sekitar merasa terganggu dengan adanya limbah tersebut. Dengan menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan akan mendapat respon yang positif dari masyarakat. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan bantuan dari masyarakat jika perusahaan tersebut mengalami kesulitan. Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberi bantuan dan/atau berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh masyarakat yang berdomisili di lingkungan sekitar perusahaan tersebut.

Implementasi CSR yang mendapat dukungan penuh dari masyarakat seperti berdasarkan laporan aktivitas Program Bina Lingkungan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk untuk wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu tahun 2012 didapatkan bahwa jumlah dana yang tersedia untuk program bina lingkungan adalah sebesar Rp 253.810.736 sedangkan jumlah penggunaan dana untuk program ini sebesar Rp 179.422.512. Hal ini berarti hanya 70,69% persen saja dari dana ini yang terealisasi ke masyarakat sedangkan sebesar 29,31% belum terealisasi ke masyarakat. Hal ini dapat dipahami karena penyaluran dana CSR Lingkungan PT Semen Baturaja (Persero) Tbk untuk program bina lingkungan hanya beberapa program saja yang dilakukan secara rutin tiap tahunnya misalnya untuk bantuan dana pendidikan untuk anak sekolah, bantuan untuk anak yatim piatu dan pengembangan sarana dan prasarana umum dan ibadah. Setiap dilakukan peningkatan implementasi sebesar satu skor maka kondisi sosial ekonomi masyarakat meningkat setengahnya. Kenaikan ini tidak begitu besar tapi hal ini cukup baik untuk peningkatan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa praktik CSR sangat membantu kehidupan masyarakat sekitar perusahaan tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa setiap perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar, tidak menutup kemungkinan investor juga tertarik untuk membeli saham perusahaan yang memiliki rasa kepedulian yang tinggi. Oleh karena itu, praktik CSR akan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan (Sari, Mulyana, dan Alfritri, 2015). Dalam penelitian Rosiana dkk (2013) menunjukkan

bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan jika semakin banyak perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Berbeda dengan Penelitian Rosiana dkk (2013), penelitian Cecilia dan Torong (2015) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan karena investor di Indonesia cenderung membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, penelitian Ramadhani dan Hadiprajitno (2012) juga menunjukkan secara *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini juga menambahkan dua variabel kontrol yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Investor juga tertarik pada perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi. Menurut Brigham (2001 dalam Agustina, 2012), profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan ini menyangkut pada sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca (Cecilia dan Torong, 2015). Jika suatu perusahaan memiliki keuntungan yang besar, perusahaan tersebut mampu membagikan dividennya. Keuntungan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut berkembang pesat. Perusahaan yang berkembang pesat akan menarik investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang membeli saham

perusahaan tersebut semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Oleh karena itu, profitabilitas sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan. Penelitian Cecilia dan Torong (2015) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Meningkatkan ROE akan mampu meningkatkan nilai suatu perusahaan. Sama halnya dengan penelitian Cecilia dan Torong (2015), penelitian Agustina (2012) juga membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu faktor penyebab nilai perusahaan meningkat.

Selain itu investor juga tertarik pada perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar. Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya (Gayatri dan Juni, 2016). Kemampuan perusahaan dalam mengelola suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah asetnya. Umumnya, perusahaan besar memiliki jumlah aset yang lebih banyak daripada perusahaan kecil. Ukuran perusahaan diukur dengan Log Total Aset (Cecilia dan Torong, 2015). Perusahaan yang memiliki total aset dengan jumlah besar atau disebut dengan perusahaan besar akan lebih banyak mendapatkan perhatian dari investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar maka pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang

ada di perusahaan tersebut. Kemudahan dalam mengendalikan aset perusahaan inilah yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Cecilia dan Torong, 2015). Perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang besar tidak akan goyah saat mengalami goncangan ekonomi. Investor akan tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan besar akan mendapatkan kemudahan dalam pengajuan pinjaman kreditor. Kreditor tidak akan ragu untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan besar yang mampu melunasi hutangnya kepada kreditor. Penelitian Cecilia dan Torong (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan perlu ditingkatkan karena merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Nilai perusahaan harus ditingkatkan karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Cecilia dan Torong, 2015). Menurut Satono (2008 dalam Cecilia dan Torong, 2015), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus Tobins'Q. Penelitian ini menggunakan rumus Tobins'Q karena

berhubungan dengan anggaran CSR, dimana anggaran CSR dapat memungkinkan menggunakan Ekuitas.

Penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan variabel kontrol yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini perlu untuk dilakukan mengingat penelitian-penelitian sebelumnya belum konsisten. Dalam penelitian ini, sampel diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena setiap perusahaan manufaktur cenderung menghasilkan limbah saat proses produksi. Oleh karena itu, perusahaan manufaktur memiliki kewajiban untuk melakukan CSR berupa pengolahan limbah agar tidak membawa pengaruh buruk bagi lingkungan sekitar. Selain itu, komposisi perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) sebesar 75%-80% (Handayani, 2014).

Penelitian ini dirujuk dari beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cecilia dan Torong (2015); Puspitasari (2012); Rosiana dkk (2013); Agustina (2012) yang bertujuan meneliti kembali pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk membuktikan secara empiris pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian meliputi manfaat akademik dan praktik :

1. Manfaat akademis, hasil penelitian ini akan memberikan bukti empiris dan tambahan literatur dengan topik *corporate social responsibility*, profitabilitas dan ukuran perusahaan baik implementasi maupun pengungkapannya terhadap nilai perusahaan dan menambah referensi bagi penelitian berikutnya.
2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk lebih konsisten dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan masyarakat dan mengungkapkannya dalam laporan tahunan.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi penjelasan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, pengembangan hipotesis dan model analisis penelitian.

#### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Berisi penjelasan mengenai desain penelitian, definisi dan operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel serta teknik analisis data.

#### **BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Berisi penjelasan mengenai karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Berisi penjelasan mengenai simpulan dari hasil analisis dan pembahasan, keterbatasan penelitian serta saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

