

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, dunia bisnis memiliki perkembangan yang sangat pesat. Tahun 2012 perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tercatat sebanyak 446 perusahaan (Winarto, 2015), sementara pada tahun 2017 telah terjadi kenaikan entitas di menjadi 555 perusahaan. Dari 555 perusahaan yang tercatat di BEI pada tahun 2017, terdapat 21 perusahaan sektor pertanian, 42 perusahaan sektor pertambangan, 63 perusahaan sektor *property, real estate* dan konstruksi bangunan, 60 perusahaan sektor infrastruktur, utilitas dan transport, 93 perusahaan pada sektor keuangan, serta 126 perusahaan yang tergabung dalam sektor perdagangan, jasa dan investasi. Sisanya, sebanyak 150 perusahaan manufaktur terbagi dalam tiga sektor industri. Industri dasar dan kimia terdiri atas 68 perusahaan. Selain itu, aneka industri terdiri atas 41 perusahaan. Kemudian, industri barang dan konsumsi yang juga mengantongi 41 perusahaan di dalamnya.

Dari semua perusahaan yang tergolong dalam sembilan sektor, perusahaan industri manufaktur memiliki jumlah perusahaan terbanyak di Indonesia. Sekitar 150 perusahaan industri manufaktur telah tersebar di Indonesia. Industri sendiri memiliki arti sebagai tempat mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi. Perkembangan industri di Indonesia mampu memenuhi kebutuhan pokok maupu

tuntutan kebutuhan yang beragam dalam kehidupan manusia sangat dirasakan manfaatnya (Ridwan, 2016). Selain dampak positif tersebut, industri juga menimbulkan dampak negatif. Ketika perusahaan berlomba-lomba untuk mengembangkan usahanya, maka kemungkinan terjadi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin tinggi. Hal-hal demikian terjadi karena perusahaan-perusahaan yang termotivasi untuk meningkatkan laba tidak dapat mengendalikan berbagai sumber daya yang digunakan dalam aktivitas operasi perusahaan tersebut. Akibatnya, selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan (*stakeholder*), masyarakat dan lingkungan sekitar juga merasakan dampak dari aktivitas perusahaan tersebut (Rosiana dkk, Juliarsa dan Sari, 2015). Dampak negatif tersebut dapat menciptakan kerusakan kualitas lingkungan hidup pada manusia. Beberapa dampak negatif tersebut adalah *air pollution* (polusi udara akibat CO₂), *water pollution* (polusi air akibat pembuangan limbah-industri di sungai) dan *land pollution* (polusi tanah akibat polusi industri yang mengerosi tanah).

Kurangnya respon dan kontribusi yang positif dari para emiten, mendorong pemerintah untuk membuat kebijakan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kebijakan yang menyatakan bahwa Perseroan wajib berperan dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan serta pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan, komunitas setempat serta masyarakat luas tertuang dalam UU No. 40 tahun 2007 (Pasal 1 ayat 3). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan tidak bersifat sukarela, melainkan merupakan sebuah kewajiban. Peraturan tersebut tertulis dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007

Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Undang-Undang yang telah disahkan pada 20 Juli 2007 tersebut berbunyi bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Kedua, Perseroan wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan dimana pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ketiga, akan ada sanksi bagi Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (www.hukumonline.com).

Kebijakan-kebijakan mengenai CSR menuntut perusahaan tak hanya bertanggung jawab secara finansial kepada pemegang saham atau pemangku kepentingan (*single bottom line*). Menurut Cecilia (2015), tanggung jawab perusahaan berubah menjadi tanggung jawab finansial, sosial dan lingkungan (*triple bottom lines*). Dengan kata lain, konsep tanggung jawab sosial mengakui keintiman hubungan antara perusahaan dan masyarakat dan harus selalu diingat oleh manajer puncak perusahaan (Mardikanto, 2014:87). Konsep kebijakan CSR yang tertulis di dalam Undang-Undang berhasil menarik perhatian para investor. Tak sedikit investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan yang menerapkan program CSR. Bagi investor, perusahaan yang menerapkan CSR akan membangun reputasi perusahaan sehingga berpengaruh pada keberlangsungan usaha (*sustantibility*). Sehingga, perusahaan dapat meresponi kebijakan CSR sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Cheng, 2011).

Program CSR yang dilaksanakan suatu perusahaan yang diungkapkan kepada investor melalui laporan tahunan (*annual report*) diharapkan memberikan nilai tambah bagi perusahaan tersebut. Terdapat beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai tanda seberapa besar nilai suatu perusahaan, salah satunya ialah harga saham. Langkah memaksimalkan nilai pasar ialah dengan meningkatkan nilai pasar dari harga saham tersebut. Harga saham dapat diartikan cerminan dari pengelolaan perusahaan yang baik oleh manajemen untuk menciptakan dan memanfaatkan prospek usaha, sehingga memperoleh keuntungan dan mampu memenuhi tanggungjawabnya terhadap *stakeholder* (Zubir, 2011:VI). Jika harga saham pada suatu perusahaan meningkat, maka kemakmuran para *shareholder* makin terjamin (Fama,1978).

Perusahaan yang melaksanakan program tanggung jawab sosial tak hanya berhasil menarik perhatian para investor. Citra baik yang telah dibentuk perusahaan mampu menarik perhatian para konsumen. Menurut Sovani (2016), sebuah perusahaan bereputasi tinggi akan memberikan jaminan kualitas kepada konsumen. Hal tersebut akan berdampak pada kesetiaan konsumen terhadap merek dari produk yang mana memiliki kualitas yang patut untuk dipercayai. Sikap positif konsumen dipercaya mampu meningkatkan niat pembelian merek produk dari perusahaan tersebut (Schmeltz,2011; dalam Sovani,2017).Citra perusahaan yang meningkat dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha perusahaan. Diikuti dengan perubahan keuntungan finansial, akan berpengaruh pada profitabilitas perusahaan dan mampu memaksimalkan kekuatan finansial dalam jangka panjang. Sebagaimana besar investor melihat potensi keberlangsungan perusahaan dari profitabilitas perusahaan. Investor

menilai bahwa perusahaan yang mampu bertahan adalah perusahaan yang berada dalam posisi yang menguntungkan. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba guna meningkatkan nilai pemegang saham (Setiawan, 2005; dalam Agustine, 2014). Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang makin tinggi, maka laba yang diperoleh akan semakin besar. Laba yang besar memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan aktivitas CSR serta memperluas pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan tersebut (Kamil dan Herusetya, 2012). Calon investor akan mempertimbangkan profitabilitas serta aktivitas CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam salah satu langkah pengambilan keputusan. Keputusan yang diambil oleh investor akan mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan naik apabila permintaan saham meningkat dan sebaliknya (Lestari, 2015). Oleh karena itu, profitabilitas diduga mampu memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena profitabilitas mampu memperkuat keyakinan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Beberapa peneliti pernah menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dimoderasi dengan profitabilitas. Rosiana dkk. (2013) meneliti mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi. Penelitian Rosiana dkk. dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI periode 2008-2012. Kesimpulan dari penelitian Rosiana dkk., ialah pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Serta profitabilitas dapat memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Lestari (2015) meneliti pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai

memoderasi dan menggunakan semua perusahaan perbankan periode 2011-2014 sebagai populasinya. Kesimpulan dari penelitian Lestari adalah profitabilitas dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Kemudian pada tahun 2017, Stiaji melakukan penelitian yang bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Perusahaan yang dipilih untuk diteliti ialah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* periode 2013-2015. Hasil dari penelitian Stiaji adalah CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penyebabnya ialah pada perusahaan *food and beverage* pengungkapan CSR masih sangat rendah dan kecenderungan investor melihat *profit* perusahaan dibandingkan citra perusahaan.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur adalah perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan sumber daya alam, karena mengolah bahan mentah menjadi bahan siap pakai. Industri manufaktur memiliki subsektor industri dasar dan kimia. Industri dasar dan kimia dinilai dapat membahayakan masyarakat sekitar maupun keselamatan tenaga kerja, apabila aturan standar operasi tidak sesuai dengan hukum atau aturan yang berlaku. Salah satu dampak negatif dari perusahaan industri dasar dan kimia terefleksikan langsung pada salah satu wilayah di Indonesia. Pada pertengahan September 2017, PT Indah Kiat Pulp and Paper (IKPP) yang merupakan anak perusahaan dari perusahaan Sinarmas Group mendapatkan tudingan negatif dari masyarakat. Masyarakat yang berunjuk rasa di Pekanbaru menyebutkan bahwa PT IKPP telah berdampak negatif terhadap perkampungan di tiga desa yang berkapupaten di Siak.

Keluhan mengenai dampak dari polusi udara dan limbah kimia yang dibuang di air membuat masyarakat sekitar ingin memberhentikan aktivitas perusahaan tersebut. Masyarakat juga menilai bahwa tidak ada keberpihakan dari perusahaan terhadap masyarakat atau terdapat tindakan yang melanggar hukum terhadap bahan-bahan yang digunakan. Bahan berbahaya yang digunakan salah satunya ialah klorin, dimana jika pecah saat di udara akan berdampak kematian pada manusia (Cemari Lingkungan, anak perusahaan Sinarmas Group didemo warga, 2017).

Dari uraian tersebut di atas, mendorong penelitian ini untuk meneliti Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan Industri Dasar dan Kimia. Dipilihnya industri dasar dan kimia untuk penelitian didasarkan pada ketetapan pemerintah pada tahun 2007 bahwa industri yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung sosial perusahaan. Perusahaan Industri Dasar dan Kimia merupakan industri yang aktivitas usahanya berhubungan dengan sumber daya alam. Sementara itu, periode yang ingin diteliti ialah tahun 2013-2016.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini ingin membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan untuk mampu mengembangkan pengetahuan dan teori di bidang akuntansi yang berkaitan dengan keuangan dimana profitabilitas sebagai pemoderasi antara CSR terhadap nilai perusahaan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan. Serta mampu menyadarkan manajer dalam perusahaan akan pentingnya CSR terhadap nilai perusahaan.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan pada penelitian ini terbagi menjadi lima bab, antara lain:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab satu berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori: Teori *stakeholder*, teori sinyal, teori legitimasi dan penjabaran pengertian mengenai *corporate social responsibility*, nilai perusahaan serta profitabilitas, hipotesis penelitian, dan model penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, serta teknik analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi tentang simpulan dari hasil penelitian, keterbatasan serta saran untuk penelitian selanjutnya.