

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah salah satu pelaku ekonomi yang mempunyai pengaruh besar terhadap kehidupan perekonomian dan masyarakat luas, sehingga tidak hanya bertanggungjawab kepada investor dan kreditor, tetapi juga kepada masyarakat luas. Pada saat perusahaan semakin berkembang aktivitas operasional selalu berinteraksi dengan lingkungan sehingga dapat terjadi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan. Dampak dari aktivitas perusahaan ini dirasakan oleh pihak yang terkait langsung dengan perusahaan dan juga pihak yang secara tidak langsung terkait dengan perusahaan. Keberadaan dan dampak aktivitas perusahaan ini dapat merugikan kepentingan pihak lain karena adanya perbedaan kepentingan yang seringkali bertentangan. Apabila keadaan ini tidak ditindaklanjuti maka akan mempengaruhi aktivitas dan eksistensi perusahaan, oleh karena itu seharusnya perusahaan tidak hanya mengutamakan kepentingan perusahaan saja, tetapi juga memperhatikan kepentingan pihak-pihak di luar perusahaan. Seharusnya perusahaan melakukan suatu tindakan yang lebih peduli terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, sebagai bentuk perhatian dan tanggung jawab perusahaan, perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep akuntansi yang menunjukkan transparansi pengungkapan atas aktivitas sosial yang dilakukan oleh

perusahaan. Pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan tidak hanya informasi mengenai keuangan perusahaan, namun seharusnya perusahaan juga mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yang terdiri dari financial, sosial, dan lingkungan (Rika dan Islahuddin, 2008). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila orientasi perusahaan bergeser dari yang semula bertitik tolak pada ukuran kinerja ekonomi, kini juga harus bertitik tolak pada keseimbangan lingkungan dan masyarakat dengan mempertimbangkan berbagai dampak sosial (Nor Hadi, 2011).

Perusahaan berkewajiban melakukan suatu pertanggungjawaban sosial kepada pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang disebut dengan *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah wacana yang menjadikan perusahaan tidak hanya berkewajiban atau beroperasi untuk pemegang saham (*shareholders*) saja namun juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders*. Keberadaan perusahaan dalam jangka panjang memerlukan dukungan *stakeholder*, hal ini menunjukkan bahwa pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan ditujukan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam seluruh kegiatan perusahaan demi mewujudkan harmonisasi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berimbang (Agus, 2011). Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan

perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat. Perusahaan bertujuan memaksimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan menerapkan *Corporate social responsibility* (CSR) untuk memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Sayekti dan Wondabio, 2007 dalam Barbara dan Suharti, 2008). Praktik CSR yang dilakukan perusahaan dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut.

Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda-beda, karakteristik perusahaan adalah hal-hal yang melekat dalam suatu perusahaan. Dengan adanya perbedaan karakteristik di setiap perusahaan maka aktivitas perusahaan juga berbeda sehingga dapat mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin kuat pemenuhan tanggung jawab sosial dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula karakteristik yang dimiliki perusahaan tersebut. Karakteristik perusahaan dapat berupa kepemilikan manajemen, profil perusahaan, dan profitabilitas yang dimiliki perusahaan.

Retno Anggraini (2006) menyatakan kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin besar kepemilikan manajemen. Hal ini dikarenakan pengungkapan praktik CSR merupakan salah satu cara bagi manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu Damsetz (dalam Rika

dan Islahuddin, 2008) berargumen bahwa kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan dan dia menyimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Selain kepemilikan manajemen, profile perusahaan juga berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan sosial. Profile perusahaan terbagi menjadi dua, yaitu kelompok industri *high-profile* dan kelompok *low-profile*. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok industri *high-profile* merupakan perusahaan yang berpengaruh besar terhadap lingkungan dan tingkat kompetisi yang kuat. Selain itu perusahaan yang tergolong dalam industri *high-profile* merupakan perusahaan yang banyak disoroti oleh masyarakat karena aktivitas operasionalnya mempunyai peluang dengan kepentingan masyarakat luas. Oleh karena itu, perusahaan yang tergolong dalam industri *high-profile* lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dibandingkan dengan industri *low-profile*.

Perusahaan berkemampuan meningkatkan kinerja keuangan untuk memperoleh keuntungan disebut dengan profitabilitas. Profitabilitas merupakan faktor manajemen untuk lebih bebas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka profitabilitas yang dimiliki perusahaan tinggi sehingga mempengaruhi tingkat nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini menguji pengaruh CSR dan karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Karakteristik Perusahaan Sebagai Variabel Moderating”**.

1.2 Perumusan Masalah

Atas dasar uraian tersebut maka peneliti ingin melakukan pengujian dengan mengacu pada permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah karakteristik perusahaan sebagai variabel moderating berpengaruh dalam hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris terhadap :

1. Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh karakteristik perusahaan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

1. Bagi penulis, sebagai bentuk pengembangan dari pengetahuan yang diperolehnya yang dimana berfokus pada akuntansi keuangan dan untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai akuntansi yang belum didapatkan.

2. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan mampu untuk mejadi bahan menambah wawasan yang baru dari pengetahuan yang belum didapatkan.
3. Bagi perusahaan, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan tahunan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
4. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
5. Bagi STIE Perbanas Surabaya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.
6. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistem penulisan skripsi terdiri dari beberapa bagian antara lain sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang terkait dengan topik penelitian yang mencakup landasan teori mengenai karakteristik perusahaan dalam kaitannya dengan pengungkapan sosial dalam laporan tahunan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang penelitian, mencakup pemilihan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan secara garis besar populasi penelitian serta aspek-aspek dari sampel yang nantinya akan dianalisis, sedangkan analisis data terdiri dari analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan yang menjelaskan tentang kesimpulan penelitian yang berisikan jawaban atas perumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian, yang menguraikan keterbatasan penelitian baik secara teoritik, metodologis, ataupun teknis, serta saran yang merupakan implikasi hasil penelitian bagi pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian maupun bagi pembangunan ilmu pengetahuan utamanya untuk peneliti selanjutnya.