

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan perusahaan menurut pandangan manajemen keuangan pada dasarnya adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula shareholdersnya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya (Hardiningsih, 2009). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Yendrawati, 2013), jadi semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan.

Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi akan menumbuhkan rasa kepercayaan dari pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan tersebut maupun dari masyarakat luas. Hal ini disebabkan karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik.

Putri dan Raharja berpendapat, bahwa nilai perusahaan adalah sesuatu yang dapat dilihat melalui berapa harga saham dari perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut untuk meningkatkan nilai perusahaan maka perusahaan tersebut harus meningkatkan kepercayaan dari konsumen, dan melakukan kegiatan

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah penerapan program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Pada era bisnis

modern, program CSR yang ideal yaitu merupakan bagian dari investasi perusahaan dalam rangka mendukung *sustainability*. Dengan demikian, CSR tidak semata aktivitas *charity* atau bantuan sosial. Pada beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Dilihat dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan dan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR (Yuniasih dan Wirakusuma, 2007:2).

Variabel CSR digunakan sebagai variabel independen karena berdasarkan dengan teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial kepada para *stakeholders*. Hal ini menunjukkan bahwa pasar juga memberikan respon yang positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Pelaksanaan CSR di Indonesia juga semakin jelas dengan adanya ketentuan tentang kewajiban suatu perusahaan untuk melaksanakan CSR diatur dalam UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas BAB V tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan khususnya pasal 74 menyatakan: 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan unsur daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan pelaksanaannya dilakukan dalam memperhatikan keputusan dan kewajaran. (3)

Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, (4) ketentuan yang lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. (Wijaya dan Linawati, 2015: 46).

Corporate Social Responsibility juga diatur didalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik. POJK ini juga merupakan implementasi dari undang-undang nomor 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup untuk mengembangkan dan menerapkan instrumen ekonomi lingkungan hidup termasuk didalamnya adalah kebijakan yang peduli kepada sosial dan lingkungan hidup dibidang, perbankan, pasar modal, industri keuangan non-bank. POJK ini antara lain juga mengatur rencana aksi keuangan berkelanjutan yang disampaikan setiap tahun kepada OJK pada waktu yang sama dengan penyampaian rencana bisnis bagi Lembaga Jasa Keuangan (LJK) yang diwajibkan untuk menyampaikan rencana bisnis sebagai bagian dari rencana bisnis atau dalam dokumen terpisah.

Pengungkapan CSR perusahaan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan Agustine (2014: 44). Nilai perusahaan akan dapat bertumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan dapat memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ketiga dimensi tersebut dapat dicapai melalui penerapan CSR sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan terhadap keseimbangan lingkungan di sekitarnya serta peningkatan kesejahteraan *stakeholder*.

Pengungkapan CSR oleh perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial) maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan.

Corporate social responsibility adalah salah satu aktivitas perusahaan, maka setiap kegiatan CSR perlu dipublikasikan kepada pemegang saham. Pemegang saham harus memperoleh informasi bagaimana perusahaan memanfaatkan dana untuk kegiatan CSR, yaitu dengan cara laporan tahunan perusahaan. Hasil dari pengungkapan CSR ini merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan dan orang di luar perusahaan. Dengan adanya pelaporan tersebut, *stakeholder* maupun *shareholder* akan menilai kalau perusahaan tersebut peduli terhadap lingkungan dan masalah sosial di sekitar perusahaan.

Dalam penelitian ini digunakan Profitabilitas sebagai variabel *moderating* karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *return on assets* (Kasmir, 2014), mendefinisikan *Return On Assets* adalah “rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan”. ROA digunakan untuk mengukur efisiensi dari sebuah perusahaan dalam penggunaan sumber daya dan dalam alokasi. Dengan menggunakan rasio ROA sebuah perusahaan dapat dinilai apakah perusahaan tersebut sudah efisien dalam memanfaatkan asset

keseluruhan maupun modal dari pemilik saham dalam kegiatan operasional perusahaan.

Penelitian pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Handriyani, 2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan profitabilitas pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian (Cecilia dan Torong, 2015) Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara individu *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian hasil penelitian di atas yang tidak konsisten, peneliti tertarik menguji kembali sehingga hasil penelitian akan mempertegas atau memperkuat teori yang ada, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai :

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar pada BEI 2014-2017 ?
2. Apakah profitabilitas memoderasi pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar pada BEI 2014-2017 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI 2014-2017.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *corporate social responsibility* yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

- b. Dapat menjadi sarana belajar dalam bidang penelitian, dan dapat meningkatkan pemahaman teori-teori yang terkait dengan *corporate social responsibility*.

2. Bagi perusahaan

- a. Dapat memberikan gambaran tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.
- b. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial.

3. Bagi investor

Diharapkan dapat memberikan informasi kepada investor dan calon investor yang akan berinvestasi mengenai aspek lingkungan sosial. Sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi para investor jika ingin berinvestasi tidak melihat aspek ekonomi saja.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan sebagai bahan acuan untuk peneliti selanjutnya mengenai topik yang sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk penyusunan Skripsi ini akan dibagi menjadi beberapa sub-sub bab yang disusun secara sistematis agar memudahkan pembaca dalam mencerna materi.

Berikut penjelasannya:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini, akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Selain itu dikemukakan juga beberapa teori yang mendukung permasalahan yang dibahas.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian yang digunakan untuk penelitian ini, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian yang berisi tentang populasi dari penelitian serta aspek-aspek dari sampel yang nantinya akan dianalisis, analisis data dari hasil penelitian yang diuji oleh analisis deskriptif dan analisis statistik, serta pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang menjelaskan tentang jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis (jika ada), keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritis, metodologis maupun teknis, dan saran.