

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah akuntansi yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri di Inggris (1760-1860), menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial (Kusumadilaga, 2010).

Ketika perusahaan saat ini menjadi semakin berkembang dan maju, maka mulai timbul kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu timbul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif dari semua kegiatan tersebut. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yakni tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya atau lingkungan sosialnya. Penerapan

CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya melainkan investasi bagi perusahaan(Kusumadilaga, 2010).

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada 20 Juli 2007 Pasal 74 Di dalam undang–undang tersebut dikatakan bahwa:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).
- b. TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (HUKUM *ON-LINE*). Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.
- d. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam UndangUndang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang

melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah” (Sutopoyudo, 2009).

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor. *Corporate Social Responsibility* bisa dapat berupa pemberian beasiswa, penghijauan lingkungan sekitar, dan kegiatan social lainnya yang dapat membantu kesejahteraan lingkungan masyarakat sekitarnya.

CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan

dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja akan tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR (Kusumadilaga, 2010). Maka dari itu saat ini *Corporate social responsibility* juga dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi dan menambah pendapatan bagi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Nilai perusahaan adalah sesuatu yang dapat dilihat melalui berapa harga saham dari perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi harga saham dari perusahaan tersebut maka makin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan nilai perusahaan maka perusahaan tersebut harus meningkatkan kepercayaan dari konsumen, dan melakukan kegiatan pertanggung jawaban sosial merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri (Putri & Raharja, 2013).

Penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) yang dahulu meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada periode tahun 2005 dan digunakannya kepemilikan manajemen sebagai variabel moderasi, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan beberapa variabel dalam penelitian sebelumnya yang tidak dipergunakan adalah kepemilikan manajemen sebagai variabel moderasi. Tidak dipakainya variabel tersebut dikarenakan kepemilikan manajemen sudah berpengaruh positif di dalam peningkatan luas pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan, sehingga digunakan variabel lain untuk menguji pengaruhnya di dalam hubungan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

Profitabilitas sebagai variabel *moderating* digunakan dalam penelitian karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya adalah digunakannya standar GRI

(*Global Reporting Initiative*) di dalam mengukur pengungkapan sosial di dalam penelitian ini.

Atas dasar uraian di atas membuat peneliti ingin mengungkapkan pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Karena, peneliti tertarik dengan apa yang saat ini terjadi yaitu pengeksploitasian sumber daya yang dilakukan perusahaan dan seberapa besarkah tanggung jawab perusahaan atas hal tersebut. Peneliti juga ingin mengungkapkan apakah dengan melakukan kegiatan pertanggung jawaban sosial perusahaan dapat justru meningkatkan profitabilitas perusahaan itu sendiri dan meningkatkan pula nilai perusahaan tersebut. Oleh karena alasan – alasan dalam latar belakang ini maka peneliti mengungkapkan permasalahan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah akan disusun sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan beberapa hal yaitu:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderasi.

1.4 **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bermanfaat bagi beberapa pihak diantaranya adalah:

1. Bagi perusahaan
Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial. Bagi perusahaan, dapat juga memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga pemerintah dapat menindaklanjuti pengesahan UU PT, dengan mewajibkan semua perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya.
2. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
3. Bagi masyarakat
Memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
4. 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 Skripsi

Penelitian ini akan tersusun dalam lima bab yang di dalam setiap babnya akan berisikan sub bab sebagai berikut:

Bab1 akan menjelaskan latar belakang masalah atas penelitian ini, perumusan masalah yang merupakan pertanyaan yang akan terjawab dengan penelitian ini, tujuan penelitian yang mengungkapkan apa tujuan yang akan dijawab atas pertanyaan dari perumusan masalah, manfaat penelitian dimana akan menjelaskan kegunaan penelitian ini kepada siapa saja.

Bab 2 dalam penelitian ini akan berisikan mengenai tinjauan pustaka yang mengungkapkan penelitian terdahulu, landasan teori atas penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab 3 dalam penelitian ini akan berisi metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yang berisikan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variable, definnisi operasional dan pengukuran varabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, data dan metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Bab 4 dalam penelitian ini akan berisi tentang hasil olahan yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS dan juga penjelasannya. Kemudian akan menjawab semua metode yang dijelaskan dari bab sebelumnya.

Bab 5 dalam penelitian ini akan berisi hasil penelitian ini beserta dengan kelemahan serta kelebihan dari penelitian ini kemudian juga dijelaskan tentang kesimpulan akhir penelitian ini