

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini dunia bisnis menjalani pertumbuhan yang sangat cepat dan berkompetisi dengan cukup erat. Ketika perusahaan mengalami perkembangan, maka secara otomatis aktivitas perusahaan terhadap beraneka ragam sumber daya untuk mewujudkan laba semakin meningkat. Hal tersebut dapat menciptakan dampak positif maupun dampak negatif terhadap lingkungan serta kesenjangan sosial terhadap pihak yang berhubungan langsung dengan perusahaan, rakyat serta lingkungan disekitar perusahaan. Oleh sebab itu, setiap aktivitas perusahaan diharapkan dapat membantu pembangunan perekonomian para stakeholder, yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk dapat saling menguntungkan, saling berkontribusi dan dapat memiliki hubungan yang harmonis (Setyarini & Paramitha, 2011). Sebab suatu perusahaan melaksanakan bisnisnya tidak lepas dari masyarakat sekitar dan lingkungannya, sehingga setiap kegiatan dapat mewujudkan hubungan saling berbalasan antara perusahaan dengan masyarakat maupun dengan lingkungan sekitarnya. Sehingga perusahaan membutuhkan tanggapan yang positif dari masyarakat sekitar atas yang dikerjakannya kepada *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan (Ahmad Kamil

dan Antonius Herusetya, 2012). Oleh karena itu, terciptalah sebuah kesadaran untuk mengurangi respon negatif terhadap perusahaan dengan mengembangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Bahasa Indonesia menyebutnya dengan Tanggung jawab sosial perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebagai bentuk partisipasi entitas bisnis dalam kegiatan sosial maupun kegiatan apapun yang memiliki tujuan untuk mengembangkan lingkungan, meningkatkan dan membangun perekonomian serta mensejahterakan kehidupan masyarakat agar lebih baik lagi (Thasya, Lisah, Angeline, Gozal, Veronica, & Rahmi, 2020).

Dengan adanya berbagai macam dampak negatif akibat operasional perusahaan seperti pencemaran lingkungan, pencemaran air, udara, dsb juga menjadi salah satu pendukung adanya pengungkapan CSR. Dahulu mengungkap *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya sebagai laporan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan, namun saat ini pemerintah menyadari bahwa pelaporan CSR sangatlah penting dan memiliki manfaat. Hal tersebut telah dibuktikan dengan disahkannya Undang-Undang yang mengontrol atas pengungkapan CSR yang dilaksanakan oleh perseroan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) di Indonesia, menjadikan perseroan memiliki kesadaran dalam melakukan tanggung jawab sosial atau CSR. Undang-Undang tersebut berisikan : (1) Perseroan menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab

social dan lingkungan, (2) Tanggung jawab social dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab social dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Selain itu, menurut Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 menyebutkan bahwa perusahaan yang tidak melakukan CSR akan dijera sanksi administratif berbentuk peringatan tertulis, pencabutan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan terakhir adalah pencabutan izin kegiatan.

(Daniri, 2014) berpendapat CSR merupakan sebuah pendirian, sehingga perusahaan tidak hanya mengarah pada tanggung jawab yang berpedoman terhadap *single bottom line* belaka, tetapi terhadap *triple bottom lines*, yakni lingkungan dan sosial sebab kondisi keuangan saja tidak layak untuk menjaga nilai perusahaan agar meningkat secara terus-menerus. CSR boleh dijadikan untuk alat pemasaran baru apabila penerapannya serasi dengan visi dan misi perusahaan serta dilakukan secara berkesinambungan, hal tersebut menyebabkan penilaian perusahaan lebih baik sehingga komitmen pelanggan semakin meningkat (Wijayanti, 2012). Untuk mendapatkan pengakuan, perusahaan menerapkan aktivitas sosial beserta

lingkungan yang mempunyai keterkaitan akuntansi pada laporan tahunan perusahaan dalam laporan CSR yang telah diterbitkan (Murniati, 2013). Dengan melakukan CSR, perusahaan berharap akan mendapatkan legitimasi sosial dan mendapatkan citra positif, dengan adanya citra positif pada perusahaan bisa berdampak pada kinerja keuangan yang dapat menaikkan nilai perusahaan, meningkatkan penjualan perusahaan, mendapatkan loyalitas dari karyawan, konsumen. CSR juga dapat dilakukan sebagai pembenahan kesenjangan atau masalah lingkungan serta sosial sekitar perusahaan yang muncul akibat dari kegiatan perusahaan.

Perusahaan hanya akan mengungkapkan suatu informasi apabila informasi tersebut bisa menaikkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010). Nilai perusahaan adalah nilai yang sanggup dibayar oleh kandidat konsumen ketika perusahaan tersebut diperdagangkan (Mardiasari, 2012). Jika semakin meningkat nilai perusahaan maka kesejahteraan pemilik saham juga semakin meningkat. Nilai perusahaan tinggi membuktikan perusahaan mempunyai kemampuan yang baik, dengan adanya keadaan itu maka para investor akan percaya untuk berinvestasi ke perusahaan karena memiliki prospek kedepan dengan baik.

Seiring dengan baiknya nilai perusahaan maka tingkat profitabilitas turut serta mengalami peningkatan. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi CSR, salah satunya yakni profitabilitas. (Munif & Prabowo, 2010) mengatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan ketika mendapatkan laba sehingga bisa menaikkan nilai

pemilik saham. *Corporate Social Responsibility (CSR)* bisa diaplikasikan pada semua perusahaan. Namun setiap perusahaan memiliki tantangan yang berbeda tergantung dengan aktivitas yang dijalannya. Perusahaan sector pertambangan adalah salah satu perusahaan yang memikat untuk diteliti. Pada perusahaan pertambangan sudut lingkungan adalah sudut yang kerap menjadi korban ketika aktivitas operasional perusahaan, hal itu bukan hal baru.

Pada era industrialisasi seperti saat ini menitikberatkan atas pemakaian teknologi yang efisien sehingga sering melalaikan bagian lingkungan. Salah satu contoh permasalahan aspek lingkungan yang terjadi akibat aktivitas perusahaan pertambangan adalah Kasus PT. Newmont. Aktivitas PT. Newmont mempunyai dampak yang cukup besar terhadap lingkungan hidup dan sosial masyarakat. Ijin tambang tersebut ditentang oleh masyarakat sekitar. Hal tersebut dapat terjadi karena aktivitas penambangan PT. Newmont menciptakan pencemaran lingkungan laut dimana limbah perusahaan dibuang ke laut. Kegiatan tersebut dapat mengganggu ekosistem laut. Dampak dari perusahaan yang tidak melakukan pertanggung jawaban dengan baik tersebut tidak hanya menyerang lingkungan, namun juga kepada masyarakat sekitar sebab hasil ikan dari laut tersebut adalah bahan konsumsi bagi masyarakat sekitar. Hal tersebut menimbulkan masalah sosial bagi masyarakat, menimbulkan penderitaan kesehatan, ekonomi dan jaminan rasa aman bertempat tinggal disekitar perusahaan.

Penelitian tentang Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2012) yang dilakukan oleh (Rosiana, Juliarsa, & Ratna Sari, 2013) menghasilkan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian tentang Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dilakukan oleh (Celvin & Gaol, 2015) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. (Rosdwianti, AR, & A, 2016) melakukan penelitian tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan (Studi pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014) menghasilkan CSR berpengaruh terhadap ROA, ROE, EPS.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2019) ”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dalam memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk beberapa pihak yaitu:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana dalam menambah pengetahuan, wawasan dan latihan menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah serta mengaplikasikannya dengan kenyataan yang ada dilapangan.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil dari penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau literatur bagi mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang

pada khususnya dan seluruh universitas pada umumnya, dan bisa menjadi sebagai informasi tambahan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Pihak Investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam proses pengambilan keputusan.

b. Pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tentang tata kelola perusahaan yang baik serta pentingnya pertanggung jawaban sosial bagi kelangsungan perusahaan