

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hadirnya perusahaan sebagai dari bagian masyarakat harusnya memberikan manfaat guna untuk masyarakat sekitar dituntut untuk memberikan banyak efek dalam memberikan suatu kontribusinya terhadap kehidupan disekitar masyarakat tinggal di dekat Pabrik yang harusnya mempunyai CSR. Untuk perusahaan tentu wajib memiliki dampak positif bila mana mempunyai CSR dan dapat pula mengakibatkan dampak negatif juga bagi warga sekitar. Untuk pelaksanaannya sendiri sangat bergantung dalam kerjasama antara perusahaan dan berbagai pihak lain (*Stakeholder*). Kolaborasi perusahaan juga berguna untuk mencapai tujuan masing-masing yang menjadikan suatu hal terpenting.

Disisi lain banyak perusahaan dalam akhir-akhir ini banyak perusahaan mengerti akan mengenai betapa pentingnya suatu penerapan program *Coorporate Sosial Responsibility* sebagai suatu wadah maupun strategi dalam suatu kegiatan bisnisnya. Peran suatu perusahaan dalam penggerakan ekonomi yang memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan perekonomian masyarakat yang mencakup wilayah yang luas sehingga menjadikan pertanggungjawaban social perusahaan akan mengakibatkan perusahaan dengan *stakeholder* yang juga termasuk berada didalamnya para pemegang saham/investor.

Disisi lain pula perusahaan dinilai memberikan efek yang signifikan berupa penyediaan barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, namun di beberapa faktor juga masyarakat umum merasakan dampak negative yang berasal dari kegiatan perusahaan. Banyak perusahaan dinilai memberikan suatu efek yang bermanfaat bagi perkembangan

perekonomian tetapi juga menerima kritik karena aktivitas bisnis perusahaan yang dilakukan perusahaan menimbulkan dampak yang buruk bagi kondisi dan sosial lingkungan masyarakat, dari sini juga sudah terlihat bahwa di Indonesia saat ini timbul pentingnya menjaga suatu bagian dari kehidupan akan mulai berkembang.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) bertujuan guna kepada semua hubungan corporate dan stakeholder, terdapat pula didalamnya customer, karyawan, kelompok tertentu, pengusaha maupun investor, serta juga peran dari pemerintah.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) menurut Mc Williams dan Siegel (2001) menafsirkan bahwa aksi yang muncul sebagai kelanjutan dari suatu tindakan social, yang sudah melebihi kepentingan perusahaan dan yang sah oleh suatu hukum. Di Negara kita tercinta ini Indonesia CSR juga tercantum dan sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang telah resmi disahkan tertanggal 20 Juli Tahun 2007 tentang (PT) yang telah mengatur kewajiban setiap perusahaan agar melakukan pertanggungjawaban sosial (CSR). Dalam perkembangannya terkini menunjukkan sudah banyak suatu bentuk usaha melakukannya, dan untuk sekarang CSR penerapannya sudah tidak diakui lagi sebagai cost, melainkan sekarang sudah masuk kedalam investasinya.

Dengan adanya CSR, perseroan berkecimpung di berbagai aspek dan yang bergerak di bidang sumber daya alam diharuskan melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat, dari kewajiban tersebut banyak perusahaan juga telah membentuk suatu divisi khusus guna mengurus masalah yang berkaitan dengan CSR ini. Seperti halnya di di PT. Djarum dengan Djarum Foundationnya, Yayasan Bina Mitra Bakrie yang telah dibentuk oleh Bakrie Brother.

Penerapan pertanggungjawabn perseroan semacam ini juga sebaiknya harus di manfaatkan dengan sangat baik pula, dikarenakan ini juga sebagai angin segar bagi perusahaan yang bersangkutan. Diantaranya mampu menjalin suatu hubungan baik dengan lingkungan sekitar. Menurut Darwin (2004) dan Agustia (2009) menafsirkan bahwa perusahaan akan mampu mendapatkan banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*, apabila CSR itu mampu di praktekan dengan sungguh-sungguh, dan mampu mempercepat komunikasi dengan stakeholder, meluruskan visi-misi, dan prinsip perusahaan, terkait dengan prsktik & aktivitas bisnis interval perusahaan, mendorong perbaikan suatu perusahaan secara berkesinambungan sebagai salah satu wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi serta untuk meraih competitive advantage dalam hal modal tenaga kerja, supplier dan pangsa pasar.

Hesty dan Firdiana (2015) mengatakan bahwa CSR mampu memengaruhi terhadap Nilai perusahaan, sedangkan untuk profitabilitas dapat juga turut mempengaruhi pertanggungjawaban sosial perusahaan dan nilai sosial.

Zuhro Saedah, (2015) menyebutkan bahwa CSR tidak mampu memengaruhi secara signifikan terhadap nilai perusahaan, namun profitabilitas mampu mempengaruhi pengungkapan CSR dan Nilai perusahaan

Suci Ramona (2017) mengungkapkan bahwa CSR tidak mampu mempengaruhi Nilai Perusahaan, dan juga Profitabilitas juga tidak mampu mempengaruhi CSR dan juga Nilai Perusahaan.

Secara konseptual *Corporate Sosial Responsibility* dikemas pada tahun 1980-an yang dipicu oleh 5 hal beikuta ini.

1. Fenomena take over antar korporasi
2. Kapitalisme global pasca runtuhnya tembok besar Berlin

3. Meluasnya operasi perusahaan multifungsional yang dituntut untuk mempertimbangkan hak asasi manusia, keadaan social, dan perlakuan adil terhadap buruh
4. Era Globalisasi
5. Kesadaran dari perusahaan tentang arti sebuah reputasi
(Nurlela & Islahudin 2008)

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan diatas penulis berkesimpulan untuk menggunakan judul sebagai berikut “**PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI KINERJA KEUANGAN (*PRICE EARNING RATIO*) PER**”. Studi kasus pada perusahaan dibidang transportasi yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia (BEI)

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diungkapkan, maka yang menjadi pembahasan pokok dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan?
2. Bagaimana CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Keuangan (PER)?

1.3. Tujuan Masalah

Berdasarkan masalah yang diangkat penelitian yang terjadi diatas, penulis mempunyai tujuan penelitaian sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan?

2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Keuangan (PER)?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini untuk

1.4.1. Bagi Perusahaan

Mampu menghasilkan opini dalam bentuk pemikiran mengenai CSR dalam artian pertanggung jawaban social perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan kedepannya terhadap lingkungan sekitar

1.4.2. Bagi Investor

Memberikan suatu gambaran tata cara dan strategi baru yang dapat dilakukan oleh investor yang akan dapat dijadikan bahan pekerjaan dalam melaksanakan investasi terhadap perusahaan itu

1.4.3. Bagi Peneliti Lain

Digunakan sebagai rujukan untuk penelitian yang sama dan diharapkan dengan indicator yang berbeda

1.5. Batasan Masalah

Penelitian tentang pertanggungjawaban social suatu perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sebagai moderator kinerja keuangan PER. Pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017.