

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat dengan ditandai makin beragamnya jumlah perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan di Indonesia sehingga menyebabkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Untuk mengikuti perkembangan bisnis yang semakin padat diperlukan keseimbangan informasi yang sesuai dan memadai, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya.

Dalam melakukan aktivitas di pasar modal, para investor mengambil keputusan dari informasi yang diterimanya. Sebagai salah satu upaya untuk menarik minat investor, perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan laporan keuangan. Tuntutan tersebut semakin tinggi karena ketatnya persaingan di dunia usaha dituntut untuk mengungkapkan laporan keuangan secara lebih transparan sehingga lebih membantu para investor dalam mengambil keputusan untuk mengantisipasi kondisi yang sering berubah dengan perkembangan yang ada. Suatu informasi dianggap informatif jika informasi tersebut relevan dan dapat mengubah keyakinan serta dapat membentuk kepercayaan baru bagi stakeholder dalam mengambil keputusan. Untuk para investor, informasi yang disampaikan oleh manajemen perusahaan dijadikan sebagai alat untuk menganalisis

pengawasan terhadap kinerja perusahaan. Laporan keuangan telah lama dirasakan manfaatnya sebagai salah satu sarana untuk mengambil keputusan.

Banyak para pemilik perusahaan yang menganggap CSR hanya akan membebani perusahaan dan tidak akan mendatangkan manfaat bagi peningkatan kinerja keuangan bahkan tak sedikit pemilik usaha merasa dipersempit ruang gerak bisnisnya dengan adanya regulasi yang mengatur tentang tanggung jawab sosial karena pengusaha merasa sudah membayar pajak, sehingga merasa tanggung jawab sosial merupakan tanggung jawab pemerintah. Anggapan mereka para pelaku industri merasa bukan hanya mereka saja yang usahanya memberikan dampak terhadap lingkungan dan masyarakat secara luas melainkan juga industri-industri yang lain. Oleh karena itu kesadaran tentang pentingnya melaksanakan CSR diharapkan menjadi trend global dengan semakin banyaknya kepedulian mengutamakan *stakeholder*. Beberapa perusahaan belum menyadari akan manfaat yang didapatkan oleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* antara lain citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi.

Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik atau produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati para investor. Selain manfaat yang didapatkan perusahaan, masyarakat juga bisa merasakan manfaat dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yaitu

meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatnya kelestarian baik lingkungan hidup atau fisik maupun sosial dan budaya di sekitar perusahaan dan terbangunnya serta terpeliharanya fasilitas umum dan fasilitas masyarakat yang sifatnya sosial yang berguna untuk masyarakat khususnya yang berada di sekitar perusahaan tersebut. (Sutopoyudo, 2009)

Penerapan *Corporate Social Responsibility* menurut Cahyonowati (2012) adalah 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*. Disini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Sehingga CSR yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi CSR yang lebih bersifat *mandatory*. Ada pendapat lain tentang pengungkapan CSR yaitu menurut Vocht (2007) CSR dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya terhadap salah satu *stakeholder* saja. Jika perusahaan tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder* yang meliputi karyawan, pelanggan, komunitas, lingkungan lokal/global, pada akhirnya perusahaan tersebut akan dinilai buruk dan tidak akan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Selanjutnya ada pendapat dari Mardiasari (2012) yang mengungkapkan penerapan CSR tidak lagi dianggap biaya, melainkan investasi perusahaan, karena CSR merupakan

suatu cara agar perusahaan mengelola usahanya tidak hanya untuk kepentingan para pemegang saham tetapi juga untuk pihak-pihak lain diluar perusahaan seperti pemerintah, lingkungan, lembaga swadaya masyarakat, para pekerja dan komunitas lokal atau disebut sebagai *stakeholder*.

Kesadaran perusahaan tentang pentingnya melaksanakan CSR diharapkan menjadi wujud kepedulian mengutamakan *stakeholder*. Dengan menyelenggarakan CSR secara berkelanjutan maka diharapkan kemanfaatan CSR tersebut pada nilai perusahaan. Seiring perkembangannya, saat ini konsumen semakin cerdas memilih barang yang akan mereka konsumsi, mereka akan meninggalkan barang tersebut apabila perusahaan mempunyai reputasi atau citra yang buruk di lingkungan (Sutopoyudo, 2009). *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para stakeholdernya terutama masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Suatu perusahaan dapat dikatakan bertanggung jawab secara sosial apabila memiliki visi atas kinerja operasional yang tidak hanya merealisasikan profit akan tetapi meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau lingkungan sosialnya (Hamdani, 2016). Tanggung jawab sosial merupakan program yang memberikan nilai tambah bagi semua *stakeholder*, termasuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan secara jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan beberapa peneliti menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hasil penelitian yang dilakukan Prasetyo (2015) menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini

sejalan dengan paradigma yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Hartanti, 2006). Tetapi penelitian yang dilakukan Nasaruddin (2020) mengatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ada berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, salah satunya adalah profitabilitas. Pada masa ini banyak pimpinan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpinya pada *financial performance*. Paradigma yang dianut oleh banyak perusahaan tersebut adalah *profit oriented*. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja keuangan yang baik dan sebaliknya apabila laba yang diperoleh relatif kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja yang kurang baik. Hal ini dikarenakan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan (Agustina S, 2013). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga suatu perusahaan dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan, karena semakin tinggi nilai profitabilitas yang tercantum pada laporan keuangan berarti semakin baik kinerja keuangan perusahaan sehingga mencerminkan kekayaan investor

yang semakin besar dan prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan.

Ada beberapa penelitian mengenai hubungan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang telah banyak dilakukan sebelumnya, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Putra (2015) dengan judul pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas terbukti mampu memperkuat hubungan antara CSR pada nilai perusahaan. Tetapi penelitian yang dilakukan Ramona (2017) mendapatkan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas terbukti memperlemah hubungan CSR pada nilai perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi terdapat perbedaan pendapat atau masih terjadi fenomena gap atau inkonsistensi dari penelitian-penelitian tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi, yaitu sebagai pengembangan dari penelitian sebelumnya. Selain variabel-variabel yang menunjukkan inkonsistensi hasil dalam penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas sebagai variabel

pemoderasi. Dari hal yang disebutkan di atas maka perlu diteliti lebih lanjut pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2019.

Bursa Efek Indonesia adalah pasar di mana terjadi jual beli efek dari suatu perusahaan. Di Indonesia, tempat jual beli efek ini dikenal dengan nama Bursa Efek Indonesia (BEI) atau Indonesia *Stock Exchange* (IDX) yang berkantor di Jakarta dan memiliki kantor perwakilan di kota lainnya. BEI adalah lembaga resmi dari pemerintah Indonesia yang memfasilitasi segala kegiatan jual beli saham perusahaan go public. Di dalamnya tercatat 108 perusahaan yang menjadi anggota bursa.

Pada penelitian ini dipilih perusahaan pertambangan karena sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia merupakan salah satu sektor yang cukup diandalkan Indonesia karena Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam. Dari masa ke masa perusahaan pertambangan semakin bertambah karena perusahaan pertambangan memiliki potensi yang kaya dan perusahaan semakin terbuka untuk melakukan eksplorasi sumber daya tambang tersebut. Perusahaan pertambangan memiliki kegiatan usaha seperti eksplorasi sumber daya, produksi, dan pengolahan. Serta alasan selanjutnya memilih perusahaan pertambangan karena perusahaan pertambangan memiliki sifat dan karakteristik industrinya yang berbeda dengan industri lainnya. Menurut Herliansyah (2012), sifat dan karakteristik industri memiliki perbedaan dengan industri lainnya. Salah satunya industri

pertambangan memerlukan biaya investasi yang sangat besar, berjangka panjang, sarat risiko, dan adanya ketidakpastian yang tinggi. Perusahaan pertambangan dipilih karena perusahaan pertambangan juga merupakan perusahaan yang dalam kegiatannya melakukan pengelolaan sumber daya transaksi ekonomi yang melibatkan banyak pihak yaitu stakeholder (pemasok, kreditur, konsumen, investor, dll). Perusahaan yang melakukan aktivitas ekonomi yang melibatkan banyak pihak maka cenderung menimbulkan banyak risiko sehingga diharapkan memiliki hubungan dengan pengungkapan risiko yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga peneliti tertarik memilih objek perusahaan pertambangan pada penelitian ini.

Perusahaan pertambangan dibagi menjadi beberapa subsektor yang jumlah emitennya bervariasi, yang pertama ada sub *sektor coal mining* (pertambangan batubara) sebanyak 22 perusahaan. *Sub sektor crude petroleum and natural gas production* (minyak mentah dan produksi gas alam) sebanyak 10 perusahaan. *Sub sektor metal and mineral mining* (pertambangan logam dan mineral) sebanyak 9 perusahaan dan *sub sektor land/stone quarrying* hanya 1 perusahaan. Perusahaan pertambangan juga merupakan salah satu penopang pembangunan ekonomi nasional suatu negara. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pertambangan menjadi sektor penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) yang tumbuh secara positif pada tahun 2018 meskipun pada tahun 2019 mengalami sedikit penurunan. Ekonomi Indonesia tahun 2019 tumbuh 5,02% lebih rendah dibanding

capaian tahun 2018 sebesar 5,17%. Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp. 15.833,9 Triliun dan PDB perkapita mencapai Rp. 59,1 juta atau US\$4 174,9.

Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2018-2019. Periode tersebut dipilih agar informasi yang dihasilkan bisa menggambarkan keadaan yang sebenarnya karena data yang digunakan merupakan data terbaru yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan asumsi, pertimbangan dan alasan serta uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi dengan Objek Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2016 – 2019”**.

1.2. Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti memberikan batasan mengenai variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) agar tidak menyimpang dari arah dan sasaran penelitian serta untuk mengembangkan penelitian terdahulu. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* sedangkan variabel dependennya adalah Nilai Perusahaan serta Variabel Moderasinya adalah Profitabilitas.

Objek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan pertambangan dipilih karena sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia merupakan salah satu sektor yang cukup diandalkan Indonesia karena Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam.

Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2016-2019. Periode tersebut dipilih agar informasi yang dihasilkan bisa menggambarkan keadaan yang sebenarnya karena data yang digunakan merupakan data terbaru yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat memperkuat/memperlemah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pembacanya.

Manfaat tersebut diantaranya adalah :

A. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tentang apa saja pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi sebagai sumber bacaan atau referensi yang akan memberikan informasi tentang apa saja pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang apa saja pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan mengenai penelitian selanjutnya.
2. Bagi Investor Penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mempertimbangkan keputusan untuk membeli atau menjual saham.