

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan di era modern terutama dibidang ekonomi tentunya berbanding lurus dengan banyaknya perusahaan yang turut berkembang dalam menjalankan usahanya. Dengan adanya perusahaan yang berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan di karenakan adanya kegiatan perusahaan yang tidak dikendalikan beberapa sumber daya untuk mengembangkan laba perusahaan. Untuk pihak-pihak yang mempunyai kebutuhan dengan perusahaan secara langsung atau dekat dengan area perusahaan merasakan dampak aktivitas yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional perusahaan. Untuk itu, perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada para *stakeholder*, akan tetapi perusahaan juga harus bertanggungjawab kepada para pihak-pihak yang mempunyai kebutuhan dengan perusahaan.

Kegiatan bisnis terutama yang bergerak dibidang pemanfaatan sumber daya alam baik langsung maupun tak langsung akan memberikan dampak untuk lingkungan disekitarnya. Akan tetapi, dalam melaksanakan suatu perusahaan harus mempunyai rasa tanggungjawab dan kesejahteraan sosial. Sehingga tidak hanya perusahaan saja yang bertanggungjawab kepada *shareholder* tetapi perusahaan juga bertanggungjawab kepada seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan tersebut

(*stakeholder*). Beberapa perusahaan yang mulai mengembangkan usahanya, maka dengan itu perusahaan akan melakukan tanggungjawab sosialnya atau sering dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR yaitu sebuah bentuk pertanggungjawaban perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak karena dampak-dampak yang timbul atas aktivitas operasional perusahaan. Untuk sekarang, CSR bukanlah hal yang sifatnya sukarela untuk perusahaan yang mengembangkan tanggungjawab melaksanakan kegiatan usahanya, melainkan sudah bersifat wajib/ menjadi suatu kewajiban untuk banyak perusahaan menerapkannya. Hal yang utama dari pelaksanaan tanggungjawab sosial yaitu dengan memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dan membentuk kerjasama antar *stakeholder* yang disarankan oleh perusahaan tersebut dan membuat program-program peningkatan masyarakat setempat. Pengertian lain dari CSR bahwa setiap perusahaan memiliki tugas moral untuk bersikap jujur, menaati hukum, berintegritas, dan tidak melakukan korupsi. Tanggungjawab sosial bagi perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia berlandaskan pada prinsip kemitraan dan kerjasama (Departemen Sosial, 2007) dalam Ardilla (2011).

Perusahaan yang sudah menerapkan CSR pada umumnya akan mengungkapkan pelaksanaan CSR tersebut. Pengungkapan CSR dapat dilakukan menggunakan *social reporting disclosure* dalam laporan

keuangan. Pengungkapan pelaksanaan CSR berguna untuk membuat laporan keuangan dan menganalisa sejauh mana kepedulian perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Diharapkan dalam pengungkapan CSR bisa memberikan perilaku positif kepada investor agar lebih memperhatikan aspek sosialnya. Berbagai manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan menjalankan *Corporate Social Responsibility*, diantaranya yaitu produk banyak diminati oleh konsumen dan banyaknya investor.

Pentingnya CSR juga dapat disadari oleh pemerintah, dengan terbuktinya bahwa kewajiban mengenai pelaksanaan aktivitas CSR dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas diungkapkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab Sosial dan Lingkungan”. Kepada perusahaan yang tidak melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan, maka akan diberikan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Terkait dengan perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya berkaitan langsung dengan sumber daya alam, perusahaan sektor pertambangan merupakan perusahaan yang kegiatan pengelolaannya tidak dapat dilepaskan dari eksploitasi sumber daya alam dan berdampak langsung terhadap lingkungan sekitarnya. Sejatinya, sesuai dengan pernyataan yang tercantum dalam UU Nomor 4 Tahun 2009 yang mengatur tentang Pertambangan Mineral dan Batubara yaitu keberadaan

aktivitas penambangan umum di Indonesia mempunyai peranan penting dalam memenuhi kebutuhan hidup banyak orang serta memberikan nilai tambah secara nyata bagi perekonomian nasional.

Perusahaan sektor pertambangan ialah salah satu sektor industri yang ikut memberikan kontribusi dengan masuk ke dalam 10 besar dunia bisa dilihat dari produksi barang tambang nasionalnya, yaitu batu bara, timah, nikel, tembaga, dan emas. Salah satu produksi barang tambang, ialah batu bara yang telah memberikan kontribusi cukup signifikan dan ikut meningkatkan nilai perusahaan tambang yang sempat mengalami kemerosotan akibat adanya krisis perekonomian global (Fajar, 2013: 1).

Ada beberapa faktor yang berpengaruh pada nilai perusahaan, salah satunya yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggungjawab sosial sebagai faktor yang perlu untuk diperhatikan. Maka dari itu, pertanggungjawaban perusahaan bukan lagi mengacu pada teori *single bottom line* yang mana teori ini hanya memikirkan kondisi dari keuangan perusahaan saja, akan tetapi harus juga memberi perhatian terhadap masalah-masalah sosial dan lingkungan atau biasa disebut dengan teori *triple bottom line*.

*Triple Bottom Line* menjelaskan mengenai konsep CSR menurut Elkington (1998) dalam Andreas (2015:65), digambarkan sebagai wujud dari perusahaan yang peduli yang dilandasi dengan 3 prinsip dasar. Konsep *Triple Bottom Line* ini berisi unsur 3P antara lain *Profit, People,*

*dan Planet*. Bahwa konsep ini mengartikan perusahaan selain mengejar keuntungan bagi kepentingan *shareholders* (dalam hal *profit*), keterlibatan perusahaan juga dituntut dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*People*), turut berpartisipasi untuk merawat kelestarian lingkungan (*Planet*).

Nilai Perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan harus meningkatkan kepercayaan dari konsumen yaitu dengan cara meningkatnya kesetiaan konsumen untuk waktu yang lama, untuk itu penjualan akan meningkat dan pada akhirnya tingkat profitabilitas perusahaan juga akan meningkat.

Profitabilitas yaitu suatu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan modal (ekuitas) sendiri.

Octavia, 2012 (dalam Lestari dan Fidiana, 2015) menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan dalam perusahaan maka kepentingan pemegang saham dan kepentingan pribadi akan meningkat sesuai dengan tingkat kinerja dari manajemennya. Sehingga, banyak penelitian yang menjadikan profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan *Corporate Sosial Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu dari penelitian-penelitian sebelumnya. Berbagai penelitian yang sehubungan dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda. Seperti penelitian yang dilakukan Silvia Agustina (2013) pada penelitiannya mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Suci Ramona (2017) pada penelitiannya CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan Angga Alif Putra (2017) mengutarakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan semakin kuat pada saat profitabilitas tinggi.

Hubungan antara profitabilitas sebagai pemoderasi antara CSR dengan nilai perusahaan secara teoritis dapat dijelaskan hubungannya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Dapat disimpulkan apabila profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan maka hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan akan semakin baik karena dengan naiknya profitabilitas akan berdampak pada semakin baiknya CSR yang dilakukan perusahaan,

semakin baik CSR yang dilakukan maka akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

Ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya menyebabkan peneliti ingin meneliti kembali hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batubara Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2018)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasar pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka disusun rumusan masalah, antara lain :

- a. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018?
- b. Apakah profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan antara lain :

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018.
2. Untuk mengetahui apakah profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah :

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 pertanggungjawaban sosial bagi kelangsungan perusahaan.