

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini banyak perusahaan-perusahaan baru yang didirikan dan bergerak menurut kegiatan masing-masing dari setiap perusahaan dan dengan harapan dapat mengandalkan operasinya yang besar dan berkembang pesat. Dari semua jenis bisnis yang dilakukan perusahaan semuanya memiliki tujuan yang sama yaitu mengoptimalkan nilai perusahaan untuk jangka panjang. Tujuan lain dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut dimana dapat tercerminkan oleh harga sahamnya. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008). Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar (Rahayu,2010).

Perusahaan dalam perkembangannya akan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Fama dan French (Zuraedah, 2010) menyatakan bahwa optimalisasi perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana suatu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. *Firm*

value (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008 berdampak terhadap pasar modal Indonesia yang tercermin dari terkoreksi turunnya harga saham hingga 40–60 persen dari posisi awal tahun 2008 (Kompas, 25 November 2008), yang disebabkan oleh aksi melepas saham oleh investor asing yang membutuhkan likuiditas dan diperparah dengan aksi “ikut-ikutan” dari investor domestik yang ramai-ramai melepas sahamnya. Kondisi tersebut secara harafiah akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini juga tercermin dari banyaknya perusahaan yang mengalami penurunan laba sampai dengan mengalami kerugian sehingga menimbulkan pemutusan hubungan kerja (PHK).

Tabel 1.1
Nilai Perusahaan pada Sektor Utama dan Sektor Kedua di BEI
Tahun 2013 – 2014

No	Sektor	2013	2014
1	Sektor Pertanian	1,27	0,93
2	Sektor Pertambangan	2,11	2,10
3	Sektor Industri Dasar dan Kimia	2,04	1,64
4	Sektor Aneka Industri	1,68	1,81
5	Sektor Industri Barang Konsumsi	10,01	10,89
Total		17,11	17,37
Rata – rata		3,422	3,474

Sumber : www.bei.co.id (data diolah)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai perusahaan sektor utama dan kedua dari tahun 2013 ke tahun 2014 pada perusahaan sektor industri barang dan

konsumsi terjadi kenaikan nilai perusahaan dan sisanya terjadi penurunan. Penurunan nilai perusahaan ini sangat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh setiap perusahaan yang menghendaki adanya kenaikan nilai perusahaan setiap tahunnya. Penurunan nilai perusahaan dapat menunjukkan kemungkinan rendahnya minat investor untuk menginvestasikan dananya akibat menurunnya kepercayaan masyarakat untuk berinvestasi, hal ini menyebabkan menurunnya harga saham dan mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan, salah satunya faktor internal perusahaan mengenai fungsi manajemen keuangan yang meliputi keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen. Masing-masing keputusan harus berorientasi pada pencapaian tujuan perusahaan, yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Seperti yang dikemukakan wahyudi (dalam Nurcholis, 2013) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham.

Salah satu bentuk tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan yang paling dikenal adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *The World Business Council of for Sustainable Development (WBSCSD)* menggambarkan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja sama dengan pegawai, keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup bersama. Semakin sebuah perusahaan mengimplementasikan CSR dan komponen terkait dengan baik, maka kinerja sosial perusahaan tersebut akan semakin terangkat. Di Indonesia sendiri, wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa

perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Menurut John Elkington CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Lines*, yaitu: *Profit* (keuntungan), *People* (masyarakat) dan *Planet* (lingkungan). Menurut konsep 3P, perusahaan tidak seharusnya berpijak hanya pada aspek ekonomi yang direfleksikan dalam bentuk keuntungan *financial*, tetapi juga aspek sosial dan lingkungan (Sinulingga, 2010, hlm.278).

Pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (*working group*) yang membidangi lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000; *Guidance Standard on Social Responsibility*. Apabila hendak menganut pemahaman yang digunakan oleh para ahli yang menggodok ISO 26000 *Guidance Standard on Social responsibility* yang secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial maka masalah SR akan mencakup 7 isu pokok yaitu:

1. Pengembangan Masyarakat
2. Konsumen
3. Praktek Kegiatan Institusi yang Sehat
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak asasi manusia
7. Pengelolaan Organisasi

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan *social responsibility* hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok diatas. Dengan demikian jika suatu perusahaan hanya memperhatikan isu tertentu saja, misalnya suatu perusahaan sangat peduli terhadap isu lingkungan, namun perusahaan tersebut masih mengiklankan penerimaan pegawai dengan menyebutkan secara khusus kebutuhan pegawai sesuai dengan gender tertentu,

maka sesuai dengan konsep ISO 26000 perusahaan tersebut sesungguhnya belum melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara utuh. Standar ISO 26000 bukan merupakan standar sistem manajemen. Hal ini tidak dimaksudkan untuk tujuan sertifikasi. Penawaran apapun untuk sertifikasi, atau klaim yang akan disertifikasi, untuk ISO 26000 akan menjadi keliru dari maksud dan tujuan serta merupakan penyalahgunaan terhadap standar internasional ISO 26000 ini (Vincent Gaspersz, 2013, hal.474). Dalam ISO tidak hanya diperuntukkan bagi Perusahaan, melainkan juga untuk semua sektor publik dan privat. Tanggung jawab sosial dapat dilakukan oleh institusi pemerintah, lembaga sosial dan tentunya sektor bisnis, hal itu dikarenakan setiap organisasi dapat memberikan akibat bagi lingkungan sosial maupun alam.

Ukuran perusahaan sendiri berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi sosial. Perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Anggraini, 2006). Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Puspita, 2011).

Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang memiliki total aktiva dengan jumlah besar atau disebut dengan perusahaan besar akan lebih banyak mendapatkan perhatian dari investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Animah dan Ramadhani (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik, nilai yang akan diterima akan di bawah nilai sebenarnya, hal ini terjadi apabila pihak perusahaan tidak dapat mengkomunikasikan keadaan yang sebenarnya kepada para *stakeholder*. Menurut Animah dan Ramadhani (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Penelitian Chandra (2010) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. Meskipun belum bersifat mandatori, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham yang selanjutnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Almilia dan Wijayanto, 2007).

Penelitian ini mengacu pada penelitian William (2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari besarnya skor pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, para investor dan stakeholders di Indonesia telah memperhatikan adanya pengungkapan CSR di dalam proses pengambilan keputusan dalam berinvestasi dan dampaknya terhadap nilai perusahaan, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan penambahan variabel pemoderasi yaitu ukuran perusahaan.

Penulis tertarik untuk meneliti tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan sektor utama dan kedua karena kedua sektor ini merupakan sektor-sektor yang paling banyak berinteraksi dengan sosial dan lingkungan. Dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, disebutkan bahwa perusahaan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan penggunaan sumber daya alam wajib melaksanakan

tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti apakah ada pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial antara perusahaan sektor pertambangan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh pengungkapan CSR perusahaan terhadap nilai perusahaan. Adapun sampel yang akan diambil adalah perusahaan-perusahaan sektor utama dan sektor kedua yang mengungkapkan CSR di Bursa Efek Indonesia. Atas dasar latar belakang di atas maka penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi (Penelitian pada Perusahaan Sektor Utama dan Sektor Kedua yang Mengungkapkan CSR di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013- 2014)”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
2. Apakah ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud penelitian Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Mengetahui pengaruh signifikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat antara lain:

1. Kegunaan Praktis
 - Bagi perusahaan, berguna sebagai bahan evaluasi untuk lebih meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih peduli terhadap lingkungan sosial.
 - Bagi investor, berguna untuk membuat suatu keputusan yang berhubungan dengan investasi terhadap perusahaan yang melakukan CSR sehingga tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
 - Bagi masyarakat, akan meningkatkan kesadaran masyarakat atas hak-hak yang seharusnya diperoleh dan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan.
2. Kegunaan Akademis
 - Penelitian ini diharapkan akan melengkapi temuan-temuan empiris yang telah ada dibidang akuntansi untuk kemajuan dan pengembangan ilmiah dimasa yang akan datang