

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut McWilliams dan Siegel (2001) dalam Agustine (2014) didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, melebihi kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum. Di Indonesia tanggung jawab sosial perusahaan sudah diwajibkan oleh hukum. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melakukan CSR. Kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial bukan lagi menjadi suatu beban bagi perusahaan, karena banyak manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari aktivitas CSR. Perkembangan terkini menunjukkan banyak perusahaan yang mengembangkan CSR dan penerapannya tidak lagi diakui sebagai cost, melainkan sebagai suatu investasi Ullman (1982:552) dalam Erni, (2007) dalam Sutopoyudo, (2009).

CSR merupakan sebuah gagasan dimana 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. Tetapi, tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom line*. Konsep *triple bottom line* merupakan keberlanjutan dari konsep *sustainable development* (pembangunan

berkelanjutan) yang secara *explicit* telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggung jawab, baik kepada *shareholder* (pemilik perusahaan) maupun *stakeholder* (publik pemangku kepentingan) Hadi (2011:56).

Hendriksen dan Widjajant (1991:207) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Indikator terhadap GRI adalah Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*), Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*) dan Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*). (www.globalreporting.org).

Dalam undang-undang No 40 tahun 2007 tentang perseroan Terbatas Bab V pasal 74 dijelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan di kegiatan bisnis. Salah satu metode yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya adalah membuat laporan tahunan yang di publikasikan setiap tahun sebagaimana dijelaskan pada PSAK No.01 tahun 2012 pragraf 9. Bagi pihak luar laporan pengungkapan (*disclosure*) sangat penting sebagai salah satu dasar untuk mengambil keputusan. Pengungkapan dalam laporan keuangan ada dua jenis yakni pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela, dan terkait dengan CSR masuk dalam pengungkapan sukarela.

Sebagaimana dijelaskan oleh Brigham dan Houston (2001) dalam Agustina (2013) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat

berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai harga saham, harga saham dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Secara umum, para pemodal menyerahkan pengelolaan nilai perusahaan kepada para professional seperti manajer ataupun komisaris.

Berbagai indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan perusahaan diantaranya adalah PER (*Price Earning Ratio*) yaitu rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham. Sutrisni, (2000) dalam Bahagia, (2008) dan PBV (*Price Book Value*) yaitu Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Brigham, (1999:92) dalam Bahagia (2008). Dalam penelitian ini nilai perusahaan menggunakan harga saham dengan indikator Tubin's Q.

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. salah satu digunakannya adalah *Return on equity* (ROE) suatu pengukuran dari penghasilan atau income yang tersedia bagi pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan. Harahap, (2001:226) dalam Sutopoyudo, (2009).

Selanjutnya, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderating dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan keefektifan kinerja perusahaan. Handoko (1997:53) dalam Dini, (2010) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dalam penggunaan aset. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini CSR di proksikan dengan pengungkapan sukarela dengan indikator yang dilakukan oleh GRI yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan nilai perusahaan

indikator yang digunakan adalah harga saham, Selanjutnya profitabilitas di proksikan dengan *Return on Equity* (ROE).

Terkait dengan variabel tersebut diatas berbagai penelitian telah dilakukan diantaranya Kusumadilaga (2010) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Sejalan dengan penelitian Kusumadilaga (2010) yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putra (2015) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate sosial responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas mampu memperkuat hubungan *corporate sosial responsibility* pada nilai perusahaan dan Penelitian Agustina (2013) menyimpulkan bahwa: Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dan Pengungkapan *corporate sosial responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Agustine (2014) tidak sejalan dengan penelitian Agustina (2013) dengan kusumadilga (2010). CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Saedah (2015) menunjukan bahwa Pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai

perusahaan namun Profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Oleh karena itu, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **Analisis pengaruh pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2010-2015** ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating ?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dalam memberikan konseptual bagi perkembangan ilmu khususnya *Coorporate sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi bukti empiris bagi peneliti selanjutnya sebagai rekomendasi penelitian yang dilakukannya kedepan tentang *Coorporate sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Manajemen Perusahaan.

Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut.

2. Bagi investor

Akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.