

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Ada harapan besar untuk mengalirnya, produk ataupun jasa yang semakin berkualitas dan terciptanya lapangan kerja baru. Namun demikian, tanpa masyarakat perusahaan tidak akan mampu berkembang. Kesenjangan sosial dan ekonomi seluruh masyarakat akan berpengaruh sangat positif terhadap seluruh kegiatan perusahaan, hal ini dikarenakan masyarakat merupakan penyedia tenaga kerja sekaligus sebagai pasar dari seluruh hasil produksi perusahaan. Masyarakat yang sejahtera dan memiliki kesetaraan sosial ekonomi akan mampu menyediakan tenaga kerja yang berkualitas dalam jumlah yang mencukupi. Pada saat yang sama kesejahteraan sosial ekonomi akan meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk-produk yang dipasarkan perusahaan (Heka Hertanto, 2012).

Pada saat perusahaan semakin berkembang, maka pada saat itu terjadi ketidakseimbangan lingkungan sekitarnya. Karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini, salah satu usahanya adalah adanya Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas tahun 2007. Undang-Undang ini memberikan penjelasan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan salah satu kewajiban Perseroan. Selain itu banyak perusahaan

swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Sutopoyudo, 2009).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005).

CSR bermula di Amerika Serikat, yaitu pada zaman permulaan perkembangan perusahaan besar di akhir abad ke-19. Saat itu perusahaan besar menyalahgunakan kuasa mereka dalam hal diskriminasi harga, menahan buruh dan perilaku lainya yang menyalahi moral kemanusiaan. Hal ini menyebabkan protes masyarakat dan sebagai akibatnya pemerintah melakukan perubahan peraturan perusahaan untuk mengatasi masalah tersebut. Fase ke dua evolusi tanggung jawab sosial perusahaan tercetus pada tahun 1930 an, yang diikuti gelombang resesi dunia secara besar-besaran yang mengakibatkan pengangguran dan banyak perusahaan yang bangkrut. Pada masa ini dunia berhadapan dengan kekurangan modal untuk input produksinya. Buruh terpaksa berhenti bekerja, pengangguran sangat meluas dan merugikan pekerjaannya. Saat itu timbul ketidakpuasan terhadap sikap perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap pekerjaannya (Sadono Sukirno, 2004).

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting pembangunan berkelanjutan, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas *The World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam *Brundtland Report* (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), namun harus memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Kegiatan pelaksanaan CSR di Indonesia berporos pada Undang – Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Dalam Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas dinyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan ini, perseroan terbatas yang bergerak di bidang yang berkaitan dengan

sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Adapun sanksi pidana mengenai pelanggaran *CSR* terdapat dalam Undang-Undang no 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah. Pasal 42 ayat (1) menyatakan: Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah (Sutopoyudo, 2009).

Corporate Social Responsibility (*CSR*) dapat dijalankan melalui tiga pilar, yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Masyarakat kini lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Masyarakat cenderung memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan atau melaksanakan *CSR*. Mayoritas konsumen akan meninggalkan produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan secara negatif, hal ini dibuktikan dalam survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009).

Corporate Social Responsibility dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila dilaksanakan berkelanjutan. Perlu

dianggarkan sejumlah biaya untuk melaksanakan CSR, biaya dapat menjadi beban yang mengurangi pendapatan dan mengakibatkan turunnya profit perusahaan. Akan tetapi citra perusahaan akan semakin baik dengan dilakukannya CSR, hal ini dapat menyebabkan loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan laba dan nilai perusahaan merupakan hal yang sulit untuk dipahami. Misalnya Donovan dan Gibson (2000) menemukan hubungan yang negatif dari variabel tersebut. Pada sisi lain, Anggraini (2006) menemukan hubungan yang signifikan, sedangkan Nurlela dan Islahuddin (2008) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk variabel-variabel tersebut.

Oleh karena itu, penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “ **pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai dan profitabilitas perusahaan.**”

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di sekitar perusahaan. Kebijakan melakukan CSR menurut Erni (2007) bukan dianggap sebagai cost, melainkan investasi perusahaan. CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan. Peningkatan kinerja melalui CSR akan memberikan dampak dalam peningkatan laba. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978), serta Hackston & Milne (1996) semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan juga semakin besar / banyak.

Atas dasar uraian tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran secara menyeluruh mengenai isi penelitian dan gambaran permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Bab 1 ini terdiri dari latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang teori-teori serta penelitian terdahulu berkaitan dengan topik/masalah yang diteliti. Dalam bab ini dijelaskan kerangka pemikiran yang melandasi timbulnya hipotesis penelitian. Di dalam kerangka pemikiran tersebut dijelaskan juga mengenai variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi deskripsi tentang variabel-variabel dalam penelitian secara operasional, penentuan populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian. Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi

klasik meliputi uji normalitas, autokorelasi, heterokedastisitas.

Setelah semua uji terpenuhi, kemudian dilakukan uji hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang menjawab seluruh pertanyaan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr.R.R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. 23-26 Agustus.
- Devina, Florence., Suryanto, L dan Zulaikha. 2004. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*. Volume 4. Agustus : 161-177.
- Donovan, Gary and Kathy Gibson. 2000. Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report: A Longitudinal Australian Study. *Paper for Presentation in the 6th Interdisciplinary Environmental Association Conference*. Montreal, Canada.h
- Ghozali, Imam, dan A. Chariri.2007.*Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hackston, David and Milne, Marcus J., 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9. No.1, pp 77-108.
- Herawati, Vinola. 2008. Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Paranita, E. S. 2007. Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *ASET*. Volume 9 Nomor 2. Agustus : 464-493.
- Sembiring. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial; Studi Empris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Maksi* Undip Nomor 1 Volume 6 Januari 2006, Semarang.
- Suharli, Michell. 2002. Studi Empiris terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Go Public di Indonesia. *Jurnal Maksi*, Volume 6 Nomor 1. Januari : 23-41.

Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 30 Oktober 2013.

Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi. *JRAI*. Volume 5 Nomor 1. Januari : 1-16.

Referensi Website

www.hukumonline.com

www.globalreporting.org

www.wikipedia.org