

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin. Selain mendapatkan laba yang maksimal, perusahaan juga harus memerhatikan kepentingan *stakeholder* dan lingkungan sekitar. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan pihak lain yang berkepentingan. Perusahaan harus menjaga eksistensinya dengan cara menjaga keseimbangan dengan pihak lain yang berpengaruh terhadap eksistensinya. Salah satu cara perusahaan menjaga keseimbangan tersebut adalah dengan cara melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Sayekti dan Wondabio (2007) berpendapat bahwa sebuah perusahaan yang melaksanakan CSR menginginkan legitimasi sosial. Apabila perusahaan telah memperoleh legitimasi sosial tersebut, perusahaan berharap kinerja keuangan semakin meningkat dalam jangka panjang. Citra perusahaan dan penjualan diharapkan juga akan meningkat dengan adanya pengungkapan CSR. Secara keseluruhan menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata para *stakeholder*. Dengan demikian, pelaksanaan CSR sangatlah penting untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain menyejahterakan pemegang saham, perusahaan juga harus memerhatikan lingkungan sekitar.

Pelaksanaan CSR tidak hanya bersifat sukarela. Tetapi sudah menjadi kewajiban yang harus dilaksanakan dan diungkapkan oleh perusahaan. Ketentuan tersebut tertera pada Undang-undang tentang Perseroan Terbatas (UU PT) Nomor 40 pasal 74, yang disahkan sejak tanggal 20 Juli 2007. Perusahaan yang melanggar peraturan CSR dapat dikenakan sanksi sesuai Undang-undang tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH), Nomor 23 pasal 41 ayat 1 dan pasal 42 ayat 1 Tahun 1997.

Brigham (2001) menyatakan bahwa nilai perusahaan mencerminkan seberapa besar harga yang dikeluarkan oleh calon pembeli untuk membeli perusahaan, apabila perusahaan itu dijual. *CSR Disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan, selain itu ukuran perusahaan serta profitabilitas juga memengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar serta profitabilitas yang baik cenderung akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat memengaruhi pandangan investor sebelum melakukan investasi. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi menarik minat investor untuk berinvestasi karena dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka panjang. Setiap perusahaan dan para investor menginginkan nilai perusahaan mereka meningkat. Karena jika nilai perusahaan meningkat maka kesejahteraan mereka juga akan meningkat (Ulfah, 2014).

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal seperti nilai valuta asing, tingkat bunga dan kondisi pasar modal dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain meningkatkan nilai perusahaan,

faktor eksternal juga dapat menurunkan nilai perusahaan. Fenomena penurunan nilai perusahaan, terjadi karena adanya sentimen data terbaru tentang manufaktur dari Tiongkok, Amerika Serikat, dan Eropa pada tahun 2015 (Kompas, 2 September 2015). Fenomena tersebut menyebabkan turunnya harga saham di bursa efek. Harga saham yang turun membuat nilai perusahaan menjadi menurun (Putra, 2013). Sedangkan salah satu faktor internal yang dapat menaikkan nilai perusahaan adalah dengan adanya kegiatan CSR. Kegiatan CSR dapat dilihat dari banyaknya pengungkapan CSR.

CSR *Disclosure* menjadi salah satu alternatif bagi sebuah perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Stakeholder* berpandangan bahwa semakin banyak perusahaan mengungkapkan kegiatan CSRnya semakin baik pula nilai perusahaan tersebut (Agustina, 2013). Secara teoritis, semakin banyak CSR yang diungkapkan oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010), menunjukkan hasil bahwa CSR *Disclosure* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nahda dan Harjito (2011), Suryani dan Fitria (2014), dan Rosiana, Juliarsa dan Sari (2013) memperoleh hasil yang sama, yaitu CSR *Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tetapi, pada penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2013) dan Maspupah (2014) menunjukkan hasil bahwa CSR *Disclosure* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya ketidakkonsistenan hasil yang diperoleh. Ketidakkonsistenan mungkin disebabkan adanya

pengaruh variabel lain yang menyebabkan hasilnya berbeda. Peneliti menduga bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas kemungkinan dapat memengaruhi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Variabel ukuran perusahaan diduga memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Menurut Azlina (2012), perusahaan yang memiliki ukuran besar lebih banyak menarik peminat broker dan analis. Perusahaan yang memiliki ukuran besar dianggap memiliki prospek jangka panjang yang baik dan cenderung mudah mengungkapkan laporan keuangan. Pratama (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan CSR *Disclosure* terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan total aset besar dianggap lebih banyak mengungkapkan CSR yang dapat menaikkan nilai perusahaan.

Profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi karena dianggap dapat memoderasi hubungan CSR *Disclosure* terhadap nilai perusahaan. Menurut Kamil dan Herusetya (2012), apabila profitabilitas yang diperoleh perusahaan bertambah besar, maka laba akan semakin tinggi. Perusahaan yang memiliki laba besar memiliki peluang besar untuk meningkatkan kegiatan tanggungjawab sosial dan mengungkapkannya pada laporan tahunan dengan lebih luas. Penelitian yang dilakukan oleh Rosiana, Juliarsa, dan Sari (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh CSR *Disclosure* terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menggambarkan bahwa CSR *Disclosure* dapat membuat nilai perusahaan meningkat ketika

profitabilitas perusahaan tinggi, sebaliknya *CSR Disclosure* dapat membuat nilai perusahaan menurun ketika profitabilitas perusahaan rendah.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian dari Rosiana, Juliarsa dan Sari (2013). Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah: (1) perusahaan yang menjadi sampel, yaitu seluruh perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015, (2) menambahkan variabel moderasi, yaitu variabel ukuran perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi atau acuan penelitian. Berdasarkan beberapa uraian dan hasil penelitian terdahulu, maka penulis ingin melakukan penelitian kembali menggunakan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian, maka peneliti dapat menyusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *CSR Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan memoderasi antara *CSR Disclosure* terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas memoderasi antara *CSR Disclosure* terhadap nilai perusahaan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian, maka peneliti memiliki beberapa tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh *CSR Disclosure* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh moderasi ukuran perusahaan terhadap hubungan *CSR Disclosure* dengan nilai perusahaan.
3. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh moderasi profitabilitas terhadap hubungan *CSR Disclosure* dengan nilai perusahaan.

### **D. Manfaat penelitian**

1. Manfaat secara teoritis
  - a. Manfaat untuk akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) beserta variabel lainnya. Kemudian, dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian selanjutnya.

2. Manfaat secara praktis
  - a. Manfaat untuk perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan tentang seberapa pentingnya CSR harus dilaksanakan dan diungkapkan perusahaan pada laporan tahunan. Perusahaan tidak boleh berfokus untuk menyejahterakan pemegang

saham, tetapi harus melihat dan menjaga hubungan lingkungan sekitar dan pihak lain yang terkait.

b. Manfaat untuk Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk para investor untuk meninjau ulang kembali aspek-aspek apa sajakah yang perlu dipertimbangkan sebelum melakukan investasi.

c. Manfaat untuk masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menumbuhkan kesadaran bagi masyarakat mengenai hak apa sajakah yang dapat mereka peroleh.

d. Manfaat untuk instansi-instansi yang menetapkan peraturan/standar

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau pertimbangan bagi penyusunan standar lingkungan akuntansi, supaya dapat meningkatkan kualitas standar peraturan yang sudah ditetapkan sebelumnya.