

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, perusahaan sedang menghadapi tantangan dalam menerapkan standar-standar etis terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang membawa perusahaan untuk bertanggung jawab atas yang dilakukan terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat tetapi juga memberikan dampak negative bagi lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, dengan adanya praktik dan pengungkapan CSR yang dilakukan secara berkesinambungan dapat memberikan timbal balik yang positif dari masyarakat ke perusahaan itu sendiri. Berdasarkan csnetwork.org (2006), salah satu konsultan CSR terkemuka di Inggris (Said, et al.,2009), menyatakan bahwa keterlibatan perusahaan atas tanggung jawab sosialnya dapat meningkatkan akses modal, memperbaiki kinerja keuangan, mengurangi biaya operasi, meningkatkan citra dan reputasi, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan produktivitas dan kualitas.

Kemudian dengan dikeluarkannya beberapa peraturan pemerintah juga mendorong praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 ayat (2) bagian c berisi bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007

pasal 74 berisi tentang kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Undang-Undang tersebut bertujuan untuk mendorong perusahaan melakukan praktik dan pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk dapat memenuhi kepentingan *stakeholders* dan menjamin keberlangsungan perusahaan jangka panjang. CSR dianggap dapat menegaskan *Brand Differentiation* perusahaan, sarana untuk memperoleh *license to operate*, baik dari pemerintah maupun masyarakat, serta sebagai strategi *risk management* perusahaan (Suharto,2008). Menurut Sobirin (1999) dalam Katiya dan Agus (2011) agar suatu bisnis bisa bertahan makan suatu perusahaan harus mengubah kontrak sosialnya dengan memposisikan bisnis sebagai bagian dari sosial. Selain itu dengan perusahaan yang lebih responsif terhadap tuntutan masyarakat maka segala kegiatan bisnis yang akan dijalankan dapat lebih diterima oleh masyarakat. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa penerimaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga dapat memberikan *feedback* yang baik bagi perusahaan seperti peningkatan nilai perusahaan.

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI,2001) merumuskan tujuan dari *Good Corporate Governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan semua pihak yang berkepentingan. *Good Corporate Governance* mengandung empat unsur penting yaitu keadilan, transparansi, pertanggungjawaban, dan akuntabilitas, yang mana diharapkan dapat menjadi suatu jalan dalam mengurangi konflik. Dengan adanya tata kelola perusahaan yang baik maka akan dinilai baik pula oleh para investor. Keempat komponen utama GCG penting karena penerapan prinsip GCG secara konsisten terbukti

dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga mampu mengurangi aktivitas menyimpang seperti rekayasa isi laporan keuangan yang tidak menggambarkan nilai yang sebenarnya. Selain itu prinsip pertanggungjawaban dalam penerapan GCG juga dapat mendorong pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih sangat kurang dan perlu untuk diperhatikan, karena ada beberapa kasus CSR yang terjadi di Indonesia, salah satunya kasus yang terjadi PT. Lapindo Brantas merupakan penyebab utama meluapnya lumpur panas di Sidoarjo, akan tetapi pihak Lapindo malah beralih dan enggan untuk bertanggung jawab. Jika dilihat dari sisi etika bisnis, apa yang dilakukan oleh PT.Lapindo Brantas jelas telah melanggar etika dalam berbisnis, dimana PT.Lapindo Brantas telah melakukan eksploitasi yang berlebihan dan melakukan kelalaian hingga menyebabkan terjadinya bencana besar yang mengakibatkan kerusakan parah pada lingkungan dan sosial. Eksploitasi besar-besaran yang dilakukan oleh PT.Lapindo membuktikan bahwa PT.Lapindo rela menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan. Dan keengganan PT.Lapindo untuk bertanggung jawab membuktikan bahwa PT.Lapindo lebih memilih untuk melindungi aset aset mereka daripada melakukan penyelamat dan perbaikan atas kerusakan lingkungan dan sosial yang mereka timbulkan.

Seperti yang diketahui aktivitas CSR tidak bisa lepas dari penerapan GCG. Baik GCG maupun CSR terkait erat dan diartikulasikan dalam kerangka teori legitimasi, dan hubungan keduanya mendefinisikan interaksi antara perusahaan internal dan eksternal. Keterkaitan antara keduanya dianggap sebagai prasyarat utama pelengkap untuk pertumbuhan berkelanjutan perusahaan dalam lingkungan bisnis. Teori legitimasi

menyatakan bahwa organisasi beroperasi berdasarkan system nilai yang sama dengan system yang dimiliki oleh masyarakat. Oleh karena itu CSR dan GCG memiliki peran yang penting dalam perusahaan, tekanan yang diberikan masyarakat agar perusahaan bertanggung jawab atas dampak yang dirasakan oleh masyarakat akibat dari aktivitas perusahaan. Selanjutnya, perusahaan yang juga ditekan untuk bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingan untuk memenuhi kebutuhan para pemangku saham. Untuk menilai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, maka digunakan Variable moderasi. Variable Moderasi adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau bisa dikatakan variable tersebut dapat memperlemah atau memperkuat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam hal ini yang dijadikan sebagai variabel moderasi adalah *Good Corporate Governace* (GCG). Dengan menggunakan GCG sebagai variabel moderasi akan membuktikan apakah GCG dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan teori keagenan yang berarti teori yang menghubungkan antara pemilik dan manajer dalam menjalankan tugasnya, dalam hal ini yaitu dalam melakukan atau menjalankan CSR perusahaan kepada masyarakat.

Dalam penelitian sebelumnya yaitu dalam Desita dan Iwan (2020) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan GCG tidak mampu memperkuat atau dengan kata lain memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dalam Didi dan Surasni (2019) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan GCG mampu memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Dalam Elsa dan Dwi (2019) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan GCG memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dalam Katiya dan Agus (2011) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh

positif terhadap nilai perusahaan dan GCG dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *Good Corporate Governance* dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, dan memberikan bukti empiris bahwa GCG dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan, dan memberikan bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Manfaat praktik

Penelitian ini dapat membantu investor dan calon investor dalam mempertimbangkan pengembalian keputusan dalam menilai suatu perusahaan, Penelitian ini juga dapat membantu perusahaan untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility*, serta membentuk image perusahaan baik, dan menjadi bahan

pertimbangan dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan tanggung jawab sosialnya.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi serta literatur untuk penulis sendiri dan untuk para pembaca. Kemudian penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan literatur tambahan untuk penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan skripsi yang digunakan penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang permasalahan yang dipilih dalam penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan mengenai bahan yang melandasi tulisan ini, sehingga dapat mendukung penelitian yang akan dilaksanakan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memberikan deskripsi tentang definisi operasional dan variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang dikumpulkan, metode pengumpulan data, dan metode analisisnya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi obyek penelitian yang terdiri dari gambaran umum sampel dan hasil olah data serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Merupakan simpulan penelitian, keterbatasan serta saran bagi penelitian mendatang.

