

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tambang merupakan salah satu sektor yang menjadi unggulan bagi Indonesia dalam memperoleh pendapatan Negara. Pada umumnya jika ditinjau dari jenis perusahaannya, yang menjalankan fungsi tanggung jawab sosial adalah perusahaan yang bergerak dalam usaha eksplorasi alam seperti perusahaan pertambangan. Perusahaan tambang lebih mendapatkan perhatian dari masyarakat dibandingkan dengan perusahaan non tambang (terutama LSM). Perusahaan tersebut diwajibkan untuk melakukan penyeimbangan sebagai dampak dari eksplorasi yang dilakukan seperti melakukan reklamasi alam, reboisasi, mendukung pencinta alam, berpartisipasi dalam pengolahan limbah dan sebagainya (<https://jsofian.wordpress.com>).

Salah satu komoditi yang menjadi unggulan dari sektor pertambangan adalah batubara. Sektor batubara selalu menarik untuk dicermati, karena barang tambang ini memenuhi tiga kriteria utama sebagai kebutuhan pokok masyarakat yaitu: harganya murah (US\$ 120 per ton atau sekitar seribu perak sekilo), bisa diproduksi secara massal (hingga jutaan ton per tahun), dan dibutuhkan oleh orang banyak secara terus menerus (buat bahan bakar pembangkit listrik, dan semua orang tentu butuh listrik). Alhasil, biasanya perusahaan batubara di BEI memiliki kinerja yang cukup baik (<http://www.teguhhidayat.com>).

Namun Aktivitas pertambangan merupakan aktivitas pengerukan sumberdaya alam tambang yang terdapat di dalam tanah. Aktivitas pertambangan ini pada pelaksanaannya dapat menimbulkan dampak positif dan negatif pada aspek sosio-ekonomi dan sosio-ekologi masyarakat desa. Perubahan pada ekosistem lokal meliputi perubahan pada tataran sosial, ekonomi maupun lingkungan. Perubahan yang terjadi pada tataran sosial ekonomi diantaranya terjadinya perubahan sistem mata pencaharian masyarakat lokal yang awalnya bergerak di sektor pertanian sebagai sektor utama masyarakat, berubah menjadi masyarakat non pertanian seperti buruh pabrik, pedagang maupun kegiatan non pertanian lainnya. Hal ini disebabkan menurunnya produktivitas lahan akibat rusaknya lahan pertanian yang ada dan berdampak terhadap penurunan pendapatan masyarakat (<http://www.kompasiana.com>).

Khususnya dalam era globalisasi saat ini, dimana perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan persaingan yang begitu ketat. Setiap perusahaan berlomba dalam meningkatkan nilai perusahaannya agar tetap mendapatkan perhatian dari investor-investor dalam melakukan investasi pada perusahaan, sebagaimana hal tersebut juga merupakan salah satu tujuan jangka panjang perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar (investor) percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan (Khoiriyah, 2014). Dengan demikian, tingginya nilai perusahaan pertambangan juga akan memberikan kepercayaan

terhadap investor dalam menginvestasikan dananya. Adapun data mengenai nilai perusahaan dari seluruh perusahaan pertambangan di BEI dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1: Data Nilai Perusahaan Pertambangan dengan Menggunakan Indikator *Price To Book Value* (PBV) Selama Tahun 2013-2015

KODE PERUSAHAAN	Nilai Perusahaan		
	2013	2014	2015
ELSA	1.05	2.04	1.16
ENRG	0.29	0.39	0.33
CNKO	0.87	0.44	0.16
INCO	1.25	1.6	0.8
BYAN	5.13	4.29	8.38
ITMG	2.72	1.47	0.93
INDY	0.26	0.23	0.13
CTTH	0.99	0.89	1.02
TINS	1.65	1.85	0.83
ADRO	0.89	0.81	0.43
PTBA	3.11	3.53	1.57
PKPK	0.29	0.33	0.31
ANTM	0.81	0.84	0.39
ATPK	1.39	1.02	0.93
PGAS	3.24	4.24	2.48
MEDC	0.64	1.13	0.71

Sumber: Laporan Keuangan di BEI, yang diolah

Tabel di atas memperlihatkan fluktuasi angka *price to book value* (PBV) selama periode 2013 hingga 2015. Hal ini mengindikasikan pula bahwa nilai perusahaan dari masing-masing perusahaan pertambangan mengalami peningkatan dan penurunan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, terutama kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, karena laba perusahaan selain merupakan indikator suatu perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan (Rahayu, 2010).

Oleh karena itu, dengan adanya persaingan dan juga tuntutan perusahaan dalam menghasilkan laba yang sebesar-besarnya, maka penggunaan terhadap sumber-sumber alam dan masyarakat sosial juga semakin besar. Pemanfaatan sumber-sumber tersebut bertujuan untuk tetap menjaga eksistensi perusahaan serta meningkatkan keunggulan daya saing dalam bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang sejenis khususnya. Usaha dalam meningkatkan nilai perusahaan terkadang dengan pemanfaatan sumber daya yang ada, tidak dibarengi dengan menjaga keberlangsungan sumber-sumber yang ada (Puspaningrum, 2014).

Pada kenyataan saat ini tidak sedikit industri berkembang, hanya memfokuskan diri sebagai organisasi perusahaan yang mencari keuntungan ekonomi, namun lupa memikirkan dampak atas aktifitasnya. Sehingga tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin besar karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan pun merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan (Saedah, 2015).

Bowen (1943) menyatakan bahwa keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan hanya untuk warga bisnis itu sendiri. Untuk mencapai hal tersebut diperlukan adanya *Corporate Social Responsibility*

(CSR) yang merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja tetapi harus berpijak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan (Dian dan Lidyah, 2014).

Perkembangan CSR secara konseptual baru dikemas sejak tahun 1980-an yang dipicu sedikitnya oleh 5 hal berikut: (1) Maraknya fenomena “*take over*” antar korporasi yang kerap dipicu oleh keterampilan rekayasa finansial. (2) Runtuhnya tembok Berlin yang merupakan simbol tumbangnyalah paham komunis dan semakin kokohnya imperium kapitalisme secara global. (3) Meluasnya operasi perusahaan multinasional di negara-negara berkembang, sehingga diuntut supaya memperhatikan HAM, kondisi sosial dan perlakuan yang adil terhadap buruh. (4) Globalisasi dan menciutnya peran sektor publik (pemerintah) hampir di seluruh dunia telah menyebabkan tumbuhnya LSM (termasuk asosiasi profesi) yang memusatkan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kekhawatiran akan punahnya berbagai spesies baik hewan maupun tumbuhan sehingga ekosistem semakin labil. (5) Adanya kesadaran dari perusahaan akan arti penting merk dan reputasi perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan (Nurlala dan Islahuddin, 2008).

Di Indonesia wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 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. Gossling dan Voucht (2007) mengatakan bahwa CSR dapat dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya terhadap salah satu *stakeholder* saja. Jika perusahaan tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder* yang meliputi karyawan, pelanggan, komunitas, lingkungan lokal/global, pada akhirnya perusahaan tersebut akan dinilai buruk dan tidak akan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Hal ini sebagaimana *stakeholder theory* yang dikemukakan oleh Sugiharto (2005) bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain).

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial, sebagai akibat dari aktifitas yang dilakukan perusahaan tersebut. Dalam perusahaan pertambangan, CSR dapat berbentuk seperti pengembangan ekonomi, peningkatan pendidikan, peningkatan kesehatan, serta yang paling penting adalah tanggung jawab terhadap lingkungan.

CSR adalah salah satu faktor non keuangan yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Adanya pelaksanaan CSR di dalam perusahaan, salah satunya akan membuat produk semakin disukai konsumen dan perusahaan diminati investor. Menurut Cheng dan Yulius (2011), aktivitas CSR dapat memberikan banyak manfaat, seperti dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata investor serta analisis keuangan penjualan, dapat menunjukkan *brand positioning*, dan dapat meningkatkan penjualan dan *market share*.

Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Putri (2014) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Jika hal tersebut terjadi, maka akan membuat laba perusahaan menurun, sehingga berdampak pada penurunan harga saham dan penurunan nilai perusahaan. Susanto dan Subekti, (2013) menyatakan bahwa melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Kusumadilaga (2010), mengemukakan bahwa nilai perusahaan akan dapat bertumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan dapat memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Hasil dari beberapa penelitian terdahulu juga menemukan hubungan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya diantaranya ditemukan oleh Handriyani (2013), Nazaruddin (2014), Rosiana, dkk (2013) serta Kusumadilaga (2010). Dari ketiga hasil penelitian tersebut ditemukan pengaruh yang signifikan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2014) yang menemukan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini pun sejalan dengan hasil yang ditemukan oleh Susanto dan Subekti (2013) bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dimana hal ini dikarenakan perusahaan belum mengkomunikasikan *corporate social responsibility* secara tepat dan sebagian besar perusahaan publik hanya berfokus pada faktor keuangan. Dalam hasil tersebut juga menunjukkan bahwa pengungkapan *Social Responsibility* bukan faktor penting yang dipertimbangkan investor dalam berinvestasi dalam suatu perusahaan.

Adapun penelitian kembali yang dilakukan peneliti terhadap hubungan variabel ini memiliki perbedaan yakni menggunakan populasi yang berbeda dan juga perusahaan yang berbeda, selain itu tahun penelitian yang digunakan juga berbeda dengan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk meneliti tentang Pengaruh

Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat fluktuasi terhadap nilai perusahaan dari masing-masing perusahaan pertambangan selama periode 2013-2015
2. Adanya eksplorasi yang dilakukan oleh perusahaan tambang yang memiliki dampak terhadap kerusakan alam.
3. Akan terjadi adanya penurunan nilai perusahaan jika peningkatan eksplorasi yang dilakukan oleh perusahaan tidak dibarengi oleh peningkatan CSR.

1.3. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan terhadap pembaca dan juga lebih khusus pada peneliti-peneliti selanjutnya terkait *corporate social responsibility* dalam sebuah perusahaan.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan motivasi bagi para pelaku usaha khususnya perusahaan pertambangan untuk lebih giat dalam melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility*, agar dapat meningkatkan nilai perusahaannya.