

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis hidup di tengah-tengah masyarakat. Kehidupannya tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Oleh sebab itu, ada suatu tanggung jawab sosial yang dipikul oleh bisnis atau perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan tidak bisa lepas dari masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya, sehingga hal ini menjadi pusat bagi kalangan akademisi, praktisi, serta Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) sejak beberapa dasawarsa terakhir. Kondisi ini juga dipicu oleh perkembangan akuntansi yang lebih mementingkan kepentingan pemilik modal yang akan membuat perusahaan melakukan penggunaan sumber daya alam dan sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan sekitar. Oleh karena itu para pelaku bisnis semakin dituntut agar tidak hanya berorientasi dalam memaksimalkan laba tetapi juga mampu memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitarnya (Sembiring, 2005).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan serta menghargai kepentingan *stakeholder* yaitu investor, pelanggan, karyawan, rekan bisnis, penduduk setempat dan masyarakat umum. Di Indonesia kegiatan CSR di Indonesia telah diatur dalam *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007* tentang Perseroan Terbatas yang merupakan kepatuhan perusahaan kepada peraturan sektoral yang sudah ada. CSR dimaksudkan untuk

mendorong dunia usaha agar lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya sehingga tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungannya (Ramadhani, 2012).

Konsep CSR ini mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Kegiatan CSR bukan merupakan biaya sosial, melainkan sebagai investasi sosial (*Social Investmen*). Program CSR tidak hanya menguntungkan masyarakat disekitar perusahaan, melainkan juga bermanfaat bagi keberlanjutan bisnis perusahaan itu sendiri (Effendi, 2014).

CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan 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 harus berpijak pada *triple bottom lines*. Selain aspek keuangan juga tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dan tanggung jawab atas kelestarian lingkungan hidup (*sustainable environtment responsibility*). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Nurlela dan Islahudin, 2008). Konsep tersebut menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tindakan yang berawal dari pertimbangan etis perusahaan

yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi, peningkatan kualitas hidup bagi karyawan serta peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Handriyani, 2013).

Fenomena CSR yang terjadi pada perusahaan pertambangan di Indonesia antara lain kasus lumpur panas Sidoarjo, banjir lumpur panas yang menggenangi areal persawahan, pemukiman penduduk, dan kawasan industri akibat dari lumpur ini membawa dampak luar biasa bagi masyarakat sekitar maupun aktivitas perekonomian Jawa Timur. Kasus pencemaran Teluk Buyat, yaitu pembuangan tailing ke dasar laut yang mengakibatkan tercemarnya laut sehingga berkurangnya tangkapan ikan dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat lokal akibat operasional. Kasus pencemaran air raksa yang mengancam kehidupan 1,8 juta jiwa penduduk Kalimantan Tengah yang merupakan kasus suku Dayak dengan Minamata, kasus kerusakan lingkungan di lokasi penambangan timah konvensional di pantai Pulau Bangka Belitung, dan konflik antara *PT Freeport Indonesia* dengan rakyat Papua (Anatan, 2010). Sekitar 80% kerusakan lingkungan di Indonesia disebabkan oleh operasi pertambangan, oleh karena itu perusahaan pertambangan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah polusi, limbah, keamanan produk, dan tenaga kerja. Hal ini menyebabkan perusahaan pertambangan rentan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang kurang baik.

Di Indonesia produksi pertambangannya memang sangat menggiurkan. Dari pertambangan tembaga, produksi di Indonesia didominasi oleh dua perusahaan besar yakni *PT Freeport Indonesia* dan *PT Newmont Nusa Tenggara*.

Kedua perusahaan tersebut memproduksi sekitar 50% dari seluruh produksi tembaga di Indonesia, dan 85% hasil produksi tembaga Indonesia diekspor. Sedangkan pada sektor aluminium terjadi peningkatan yang signifikan, PT. Antam pada April 2011 memulai pembangunan pabrik aluminium (*Cherrical Grade Alumina*) dengan investasi sebesar US\$ 450 juta, proses produksinya direncanakan akan dimulai pada tahun 2014 dengan produksi tahunan sebanyak 300.000 ton. Investasi yang besar juga terjadi pada *PT. Merukh Iron & steel* yang dimiliki oleh *Merukh Enterprice* akan melakukan investasi besi dan baja senilai 20 miliar euro. Selain itu pada sektor timah yang didominasi oleh PT Timah Tbk, yang juga melakukan investasi sebesar Rp 1.2 Miliar pada tahun 2011, investasi juga dilakukan oleh *PT Bumi Resources Minerals Tbk* untuk perluasan tambang emas, intan, tembaga besi, dan seng. Untuk perluasan tersebut disediakan dana sebesar US\$ 581 juta antara tahun 2011 dan 2013. Dengan jumlah investasi yang sangat besar itulah sektor pertambangan di Indonesia termasuk dalam industri padat modal (Puspaningrum, 2014).

Saat ini sebagian besar perusahaan berbagai sektor bisnis di Indonesia mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Oleh karena itu sebagian besar perusahaan tersebut telah melakukan pengungkapan CSR sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Selain usaha perbaikan terhadap lingkungan, perusahaan juga berpartisipasi dalam pengabdian kepada masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan tingkat pendidikan masyarakat, pelayanan kesehatan, dan

sebagainya. Ada beberapa perusahaan yang telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat sekitar perusahaan seperti PT. Bukit Asam (Persero) Tbk, dalam program CSR telah mengadakan kegiatan pengobatan gratis dan pemberian makanan tambahan bagi balita dan ibu hamil dan menyelenggarakan pelatihan diversifikasi olahan tahu dan limbahnya. Pelatihan yang diberikan kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat tentang pengolahan tahu dan limbah yang dihasilkan, serta meluncurkan mobil layanan kesehatan keliling. Selain PT Bukit Asam, PT. Aneka Tambang dalam program CSR perusahaan melaksanakan program kemitraan dengan basis penguatan ekonomi lokal melalui pemberian bantuan dana pinjaman untuk usaha mikro dan kecil (UMK), pemberian dana ini dibarengi dengan pembinaan termasuk pelatihan manajemen usaha dan promosi.

Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap CSR diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial. Permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakkan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan misalnya tentang aturan ketenagakerjaan pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah (Eka, 2011).

Perusahaan dalam perkembangannya akan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Optimalisasi perusahaan yang merupakan tujuan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana suatu keputusan keuangan yang

diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Zuraedah, 2010). Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mampu meningkatkan daya tarik para investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Erlinda, 2013).

Rustiarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Menurut Kiroyan (2006) dalam Sayekti dan Wondabio (2007), perusahaan berharap jika dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh Legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang.

Selain itu, naik turunnya nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh struktur kepemilikan perusahaan. Ada dua aspek yang perlu diperhatikan yaitu konsentrasi kepemilikan perusahaan oleh pihak luar (*outsider ownership concentration*) dan kepemilikan perusahaan oleh manajemen (*ownership management*). Pemilik perusahaan dari pihak luar berbeda dengan manajer karena kecil kemungkinannya pemilik dari pihak luar terlibat dalam kegiatan perusahaan sehari-hari (Sri Rejeki,

2007 dikutip dari Ramadhani, 2012). Menurut Siallagan dan Machfoedz (2006), semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan kepentingannya sendiri.

Kepemilikan manajerial dapat menjadi mekanisme untuk mengurangi masalah keagenan yang timbul diantara kedua pihak tersebut sehingga kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan menurun (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Puspaningrum, 2014). Proporsi jumlah kepemilikan dalam perusahaan dapat mengindikasikan ada kesamaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham. Dengan adanya peningkatan kepemilikan saham tersebut, tindakan yang menguntungkan pribadi manajer dapat dicegah, sehingga dapat menyatukan kepentingan antara agen dan principal. Peningkatan kepemilikan saham oleh manajemen akan mensejajarkan posisinya dengan para pemegang saham sehingga manajemen akan termotivasi dalam mengambil keputusan-keputusan yang meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan ini diantaranya: Wahyudi dan Pawesti (2006), Kusumadilaga (2011) dan Suhartati (2011). Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dan Pawesti (2006) sejalan dengan penelitian Kusumadilaga (2011) yang menemukan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Suhartati (2011) menunjukkan hasil berbeda yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini disebabkan karena pengukuran pengungkapan CSR

yang diukur dengan *content analysis*, dimana hampir seluruh sampel tidak memiliki indeks diatas 70%, hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur yang menjadi sampel belum mengungkapkan keseluruhan informasi sesuai *checklist index* yang menjadi acuan dalam mengukur tingkat pengungkapan CSR (Stacia dan Juniarti, 2015).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2012). Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Perbedaan pertama terletak pada item pengungkapan CSR, penelitian sebelumnya masih menggunakan item pengungkapan CSR yang digunakan oleh Sembiring (2005) sedangkan penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative (GRI)* sebagai dasar item pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Riswari dan Cahyonowati (2012), item pengungkapan GRI digunakan karena telah diterima secara global sebagai suatu standar untuk mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, dimana GRI membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan yang kedua terletak sampel dan tahun penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan 4 (empat) tahun pengamatan yaitu tahun 2011 hingga 2014. Sedangkan penelitian Ramadhani (2012) menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia yang hanya menggunakan 2 (dua) tahun pengamatan. Perusahaan pertambangan dipilih karena Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang

melimpah salah satunya adalah bahan tambang, selain itu kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang juga berdampak langsung pada lingkungan. Hal ini membuktikan bahwa industri pertambangan di Indonesia menjadi faktor utama bagi para investor untuk berinvestasi didalamnya. Akan tetapi saat ini masih sedikit perusahaan tambang yang sadar dan juga serius dalam menjalankan program CSR dan banyak juga perusahaan yang belum mengungkapkan kegiatan CSRnya dalam laporan keuangan. Penelitian ini memiliki persamaan pada variabel yang digunakan yaitu pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai Variabel Independen, Kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Perusahaan Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* bukan karena kesadaran namun lebih karena keterpaksaan karena adanya peraturan perundang-undangan yang berlaku

2. Masih banyak perusahaan yang belum mengerti arti pentingnya *Corporate Social Responsibility* untuk peningkatan nilai perusahaan
3. Perusahaan pada sektor pertambangan banyak melakukan kegiatan eksplorasi dalam jangka waktu yang lama akan tetapi belum sepenuhnya melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosialnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating dalam memoderasi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. dapat memberikan pengetahuan baru dibidang akuntansi, terutama yang berkaitan dengan penerapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh kepemilikan manajerial yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan keduanya.
2. bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.