

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejarah perkembangan akuntansi yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri di Inggris (1760-1860), menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat social secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi social. (Anggraini (2006)

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah

sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. (<http://id.scribd.com/doc/49703441/Nilai-Perusahaan#scribd>)

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen aset.

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi (<http://id.scribd.com/doc/49703441/Nilai-Perusahaan#scribd>)

Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi. Nilai perusahaan dapat juga dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya.

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen asset.

(<http://ekaagustianingsih.blogspot.com/2010/11/faktor-yang-mempengaruhi-pergerakan.html>)

Banyak fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan salah satunya pada perusahaan pertambangan di Indonesia sebagai berikut :

Merosotnya nilai saham PT Bumi Resources Tbk (BUMI) membuat kapitalisasi pasar alias nilai perusahaan tinggal Rp 2,8 triliun. Harga sahamnya ada di kisaran Rp 79 per lembar.

Nilai kapitalisasi pasar tersebut dikutip dari data perdagangan Bursa Efek Indonesia (BEI), Jumat (5/12/2014). Jika melihat titik tertingginya di Rp 8.750 per lembar yang diraih pada 10 Juni 2008, kapitalisasi saham BUMI dengan asumsi saham beredar saat ini 36,63 miliar lembar bisa mencapai Rp 320 triliun.

Kapitalisasi pasarnya menjadi yang paling tinggi di antara perusahaan-perusahaan batu bara lainnya di lantai bursa saat ini. Bahkan bisa jadi mengalahkan kapitalisasi pasar perusahaan termahal di bursa saat ini yaitu PT Astra Internasional Tbk (ASII) senilai Rp 284 triliun. Namun angka tersebut tidak bisa dibandingkan karena posisi tertinggi saham BUMI itu diraih sebelum krisis finansial global tahun 2008. Setelah krisis, harga saham-saham anjlok semua.

Bedanya, saham-saham lain bisa bangkit lagi setelah krisis, termasuk saham Astra, tapi hal ini tidak berlaku untuk rata-rata saham Grup Bakrie. Setelah krisis, saham-saham Grup Bakrie malah loyo, bahkan banyak juga yang akhirnya tiarap ke titik terendahnya di Rp 50 per lembar.

(<http://finance.detik.com/read/2014/05/104450/276855/6/saham-hampir-gocap-nilai-perusahaan-tambang-bakrie-tinggal-rp-28-triliun>)

Emiten batu bara ini paling menyita perhatian pelaku pasar modal. Hal itu lantaran pergerakan harga saham GTBO memang mencengangkan. Ketika melakukan penawaran saham perdana/initial public offering (IPO), saham GTBO dipatok Rp 115 per saham.

Emiten batu bara yang melakukan pencatatan saham perdana 9 Juli 2009 ini membukukan harga saham tertingginya di kisaran Rp 7.300 per saham pada 17 September 2012. Lalu harga saham GTBO berada di level terendahnya pada 12 April 2011 di kisaran Rp 59 per saham. Harga saham GTBO ditutup melemah 4,32 persen ke level Rp 266 per saham pada perdagangan saham Kamis 12 Juni 2014.

(<http://bisnis.liputan6.com/read/2062334/5-saham-yang-harganya-jungkir-balik>)

Menurut Weston dan Brigham (2001:26), factor-faktor yang mempengaruhi harga saham adalah :

1. Laba per lembar saham (Earning Per Share/EPS)
2. Tingkat Bunga
3. Jumlah Kas Deviden yang Diberikan
4. Jumlah laba yang didapat perusahaan
5. Tingkat Resiko dan Pengembalian

Sedangkan menurut Alwi (2003, 87), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham atau indeks harga saham, antara lain:

1. Faktor Internal (Lingkungan mikro)

2. Faktor eksternal (Lingkungan makro)

(<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/saham-definisi-jenis-dan-faktor-yang.html><http://www.scribd.com/doc/11319666/Pengertian-Saham>)

Perusahaan dapat menggunakan informasi pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negative melalui penurunan harga saham (Luciana S. Amalia dan Wijayanto, 2007).

Corporate Social Responsibility (CSR) yang dicetuskan di Amerika Serikat pada tahun 1930-an pada awalnya adalah usaha untuk melindungi buruh dari penindasan yang dilakukan perusahaan. Saat ini banyak definisi yang menjelaskan makna CSR, yang juga terus berubah seiring berjalannya waktu. CSR antara lain didefinisikan sebagai komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. (CSR: *Meeting Changing Expectations*, 1999).

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan dalam mempertanggungjawaban kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi keawajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-undang Nomor 40

Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007 pasal 74.

Penting dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam CSR bahwa CSR bukan sekedar usaha mendapatkan ijin sosial dari masyarakat untuk mengamankan operasional perusahaan atau untuk mengurangi kerugian lingkungan dari aktivitas usahanya, tetapi lebih jauh CSR adalah upaya untuk meningkatkan kualitas hidup dari *stakeholder* (sesuai dengan prioritasnya). Dengan demikian, peduli terhadap akibat sosial, mengatasi kerugian lingkungan sebagai akibat dari aktivitas usaha, ijin sosial dari masyarakat menjadi bagian kecil dari usaha untuk meningkatkan kualitas hidup tersebut. *Stakeholder* yang dirumuskan di atas (karyawan, pembeli, pemilik, pemasok, dan komunitas lokal, organisasi nirlaba, aktivis, pemerintah, dan media), pada dasarnya mempunyai tujuan yang sama yakni kemakmuran. Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas.

Perkembangan konsep *Corporate Social Responsibility* berjalan seiring dengan perkembangan konsep *stakeholder*. Adapun konsep *stakeholder* sendiri tidak dapat dilepaskan perkembangan dari adopsi pendekatan sistem ke dalam teori manajemen. Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang

sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Melalui pengakuan terhadap berbagai elemen di lingkungan luar perusahaan yang akan berpengaruh terhadap efektivitas pencapaian tujuan

.(Dwi Kartini, 2013:7)

Sedangkan profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Fr. R. R. Anggraini, 2006).

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan

kegiatan operasinya. Efektifitas manajemen disini dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan. Rasio ini disebut juga rasio rentabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatka laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya (Syafri, 2008:304).

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga (2010) tentang *Corporate Social Responsibility*, Terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Publik Sektor manufaktur di Indonesia. Hasil penelitian yang menunjukkan hanya *corporate social responsibility* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya, antara lain:

1. Penentuan pada subjek peneliti. Pada penelitian sebelumnya subjek penelitiannya adalah perusahaan manufaktur perbankan. Sementara pada penelitian ini subjek penelitiannya adalah perusahaan pertambangan.
2. Perhitungan nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya menggunakan Tobin's Q, Sementara penelitian ini menggunakan *price to book value*.
3. Periode pengamatan. Periode pengamatan penelitian sebelumnya adalah dua tahun yaitu tahun 2006 dan 2008. Periode pengamatan penelitian ini adalah tiga tahun, yaitu tahun 2010 sampai dengan 2013.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis dan melakukan penelitian antar hubungan variabel-variabel tersebut dengan judul

“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING “(Studi pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode tahun 2010-2013)”

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.
2. Bagaimana nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar pada BEI periode 2010-2013.
3. Bagaimana profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.
4. Seberapa besar pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.

5. Seberapa besar pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini :

1. Untuk mengetahui *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.
2. Untuk mengetahui nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.
3. Untuk mengetahui profitabilitas di perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2010-2013.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1.4.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi penulis

Membawa wawasan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderating dan juga sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana ekonomi pada Prosedur Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan.

b. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang digunakan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepedulian pada lingkungan sosial.

c. Bagi Investor

Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

d. Bagi Masyarakat

Akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-prilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan pemikiran guna mendukung pengembangan teori yang sudah ada dan dapat memperluas khasanah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu ekonomi akuntansi, khususnya mengenai pengaruh pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan sebagai variabel moderating.

1.5 Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk memperoleh data sesuai dengan objek yang akan diteliti, maka penulis melaksanakan penelitian pada waktu yang telah ditentukan.