

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menurut Fuad (2000:23), adalah harga jual sebuah perusahaan yang dianggap layak oleh seorang calon investor, sehingga seorang investor mau membayarnya jika suatu perusahaan akan dijual. Harga saham berkaitan dengan daya tarik investor untuk menanamkan modal ke perusahaan tersebut. Menurut Fuad (2000:23), bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual belikan di bursa efek merupakan indikator nilai perusahaan. Sedangkan Blocher *et al.*, (2007: 30) mengatakan, dimasa lalu perusahaan berfokus pada laba, penjualan, arus kas, dan harga saham sebagai ukuran kinerja keuangan. Hal tersebut berhubungan dengan yang dikatakan oleh Hery (2016:25) bahwa, kinerja keuangan penting untuk dilakukan sebagai sarana atau indikator dalam rangka memperbaiki kegiatan operasional perusahaan. Dengan perbaikan tersebut, diharapkan perusahaan dapat mengalami pertumbuhan yang lebih baik dan bisa bersaing dengan perusahaan lain. Semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut, maka akan semakin menguntungkan untuk para investor.

Adanya keuntungan untuk para investor tentunya perusahaan juga mengharapkan laba atas operasional perusahaan. Selain memperhatikan tingkat laba, perusahaan juga perlu memperhatikan keadaan lingkungan sekitar. Karena menurut Keraf (1998:133), semakin baiknya lingkungan social maka dengan sendirinya akan memperbaiki iklim bisnis yang ada. Perusahaan tidak hanya

dihadapkan pada tanggung jawab yang berpihak terhadap aspek keuntungan yang secara ekonomis saja. Karena, lambat laun masyarakat sadar akan dampak sosial perusahaan terhadap sekitar. Namun, tidak bisa dipungkiri dengan adanya operasi atau kegiatan perusahaan tentu juga berimbas pada lingkungan. Akhirnya, masyarakat merasa dirugikan dan akan menuntut perusahaan untuk memperhatikan lingkungan sosial dan lingkungan alam dimana perusahaan tersebut berada. Utamanya pada perusahaan tambang. Karena, perusahaan tambang menurut Margaretha (2014) merupakan salah satu perusahaan penghasil limbah terbesar menurut DISPERINDAG dari 9 jenis industri yang tercatat di BEI. Adanya perusahaan tambang tentu berdampak pada lingkungan, terutama pada air dan udara.

Terdapat beberapa contoh kasus, seperti yang terjadi pada PT Freeport yang diungkap dalam berita online CNNIndonesia.com (2017), permasalahan dalam PT Freeport muncul diakibatkan oleh perusahaan dalam pelaksanaan operasinya kurang memperhatikan kondisi sosial dan lingkungan di sekitarnya. PT. Freeport Indonesia salah satu perusahaan tambang terbesar di Indonesia yang berlokasi di Papua, perusahaan memulai operasinya sejak tahun 1969, sampai dengan saat ini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi. Contoh kedua seperti pada empat perusahaan Kompasiana (2017), tambang yaitu PT Baradinamika Muda Sukses (BDMS), PT Mitrabara Adiperdana (MA), PT Kayan Putra Utama Coal (KPUC), dan PT Atha Mart Naha Kramo (AMNK) keempat perusahaan ini telah mencemari lingkungan yang merugikan masyarakat Malinau, karena pembuangan limbah ke Sungai Malinau. Sungai Malinau tersebut adalah sumber air masyarakat. Konflik tersebut

memuncak pada 4 Juli 2017. Akibat konflik tersebut, Dinas ESDM memutuskan untuk mencabut IUP operasi perusahaan PT BDMS bila dalam 15 hari kerja perusahaan tidak dapat menyelesaikan konflik yang terjadi, untuk perusahaan PT AMNK dan PT KPUC Inspektur Tambang akan menghentikan sementara kegiatan operasional, serta PT MA izinnya akan dicabut oleh Dinas ESDM bila masalah tersebut tidak diselesaikan dalam 60 hari kerja. Begitu juga yang dikatakan oleh kompas.com (2015), bahwa pemerintah mengancam akan memberikan sanksi bagi perusahaan yang tidak menjalankan program *Corporate Social Responsibility*.

Jika dilihat dari beberapa kasus diatas, masalah sosial dan lingkungan yang tidak diatur dengan baik oleh perusahaan ternyata memberikan dampak yang sangat besar. Tujuan untuk meraih keuntungan dalam aspek bisnis malah berbalik menjadi kerugian yang berlipat. Oleh karena itu, masalah pengelolaan sosial dan lingkungan untuk saat ini tidak bisa menjadi hal marginal yang ditempatkan pada tahap kuratif atau aspek yang tidak dianggap penting dalam beroperasinya perusahaan. Tanggungjawab sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*, merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya.

Adanya perusahaan tentu akan dilihat oleh masyarakat. Presepsi masyarakat mengenai perusahaan sangat dibutuhkan, karena dapat mempengaruhi keberadaan perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Menurut Yusuf (2014;37), perusahaan berusaha untuk mencari titik keseimbangan dalam menjalankan bisnis mereka dan keinginan masyarakat sekitar. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi Suchamn (1995) yaitu teori yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan jawaban terhadap tekanan

lingkungan sekitar yang berkaitan dengan sosial, politik, dan ekonomi. Menurut Tilling (2016), salah satu teori yang paling banyak dikutip dalam sosial dan lingkungan adalah teori legitimasi. Sebab, perusahaan berusaha membangun kesesuaian antara nilai sosial dengan kegiatan mereka dan norma perilaku dapat diterima secara sosial. Karena hal yang mendasari teori legitimasi menurut Ulum (2016: 42), adalah perjanjian sosial yang ada diantara perusahaan dengan masyarakat. Legitimasi sendiri menurut Tilling (2016), tidak memiliki bentuk material, itu hanya sebagai representatif simbolis saja.

Ada tiga manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* menurut Hamdani (2016:175), Pertama bermanfaat bagi perusahaan, bermanfaat bagi masyarakat, dan bermanfaat bagi pemerintah.

Kewajiban melakukan *corporate social responsibility* diatur melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 (b) dan Pasal 16 (d) Tentang Penanaman Modal (UU PM), dan PP No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2 dan Pasal 3 Ayat (1). Kebijakan ini juga mengatur sanksi bagi perusahaan yang tidak menjalankan kewajiban tersebut. UU tentang tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial memang sudah ada, namun sampai saat ini pelaksanaannya masih kurang maksimal, belum sesuai UU yang telah ditetapkan atau bisa dikatakan belum seratus persen perusahaan melaksanakan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.

Informasi keuangan salah satu media yang bisa dibuat menilai lingkungan perusahaan. Pengambil keputusan tidak hanya ingin melihat keuangan

perusahaan saja, namun juga ingin mengetahui informasi kegiatan sosial perusahaan. Untuk itu diperlukan sarana agar dapat mengetahui kapasitas sosial dan keuangan. Hal ini diperkuat oleh Belkaoui (1986) dan Patten (1990) dalam Nurdin Dan Cahyandito (2006) yang menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan investasi atau investor memasukkan variabel yang berkaitan dengan masalah sosial dan kelestarian lingkungan.

Ada berbagai perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan ROA, ROE, DER, Size, dan umur, terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Profitabilitas* (ROA dan ROE) menurut Kasmir (2013:197), adalah untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu. Penelitian Maiyarni *et al.*, (2014), Arjanggie *et al.*, (2015), dan Ruslim *et al.*, (2017) membuktikan bahwa adanya pengaruh antara variabel *profitabilitas* (ROA) dengan variabel *Corporate Social Responsibility*. Hal tersebut, berbanding terbalik dengan penelitian Hermawan *et al.*, (2014), Nawaiseh *et al.*, (2015), Barnas *et al.*, (2016), Kurnianingsih (2013), Rofiqoh *et al.*, (2016), dan Cahya (2011) yang mengatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel *Profitabilitas* (ROA) dengan variabel *Corporate Social Responsibility*. Menurut Nawaiseh *et al.*, (2015), Santioso *et al.*, (2012), dan Mairyani *et al.*, (2014) variabel *profitabilitas* (ROE) ada pengaruhnya terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermawan *et al.*, (2014) dan Rambe *et al.*, (2013) yang menemukan penelitian bahwa variabel *Profitabilitas* (ROE) tidak ada pengaruhnya terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*.

Leverage menurut Kasmir (2013:151) digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. *Leverage* menunjukkan

seberapa besar total kewajiban perusahaan dibandingkan dengan modal sendiri. Penelitian Maiyarni *et al.*, (2014), Rofiqoh *et al.*., (2016) dan Cahya (2011) mengatakan bahwa variabel *Leverage (DER)* ada pengaruhnya terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruslim *et al.*, (2017), Santioso *et al.*, (2012), dan Rambe *et al.*, (2013) yang mengatakan bahwa variabel *Leverage (DER)* tidak berpengaruh terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*.

Size perusahaan menurut Sawir (2004: 101) merupakan determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi dan alasan yang berbeda. Ukuran perusahaan digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Penelitian penelitian Ruslim *et al.*, pada tahun (2017) bahwa ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility responsibility*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Rambe *et al.*, (2013) , Santiono *et al.*, (2012), Barnas *et al.*, (2016), Lusyana Ale (2013), Rofiqoh *et al.*, (2016) dan Cahya (2011) mengatakan bahwa variabel Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap variabel *Corporate Social Responsibility*. Namun ada juga peneliti yang memiliki hasil berbeda, yaitu penelitian Nawaiseh *et al.*, (2015), Kurnianingsih (2013), dan Pradana *et al.*, (2016). Mereka mengatakan bahwa tidak ada hubungan atau pengaruh antara variabel *Size* perusahaan dengan variabel *Corporate Social Responsibility*.

Umur perusahaan adalah berapa lama perusahaan tersebut berdiri dan menurut Kotler (2011:183), rata-rata umur perusahaan seharusnya selama dua sampai tiga abad. Pradana *et al.*, (2016) yang menunjukkan bahwa Umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Namun, berbeda dengan penelitian Arjanggie *et al.*, (2015) dan Santioso *et al.*,

(2012) yang mengatakan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Dari berbagai fenomena hasil penelitian terdahulu yang berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* masih menunjukkan kesimpulan berbeda-beda, inilah yang menjadi riset gab dalam penelitian ini. Sehingga diperlukan penelitian yang lebih lanjut yang berkaitan dengan riset gab tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti menemukan masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *Profitabilitas (ROA)* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tambang?
2. Apakah terdapat pengaruh *Profitabilitas (ROE)* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tambang?
3. Apakah terdapat pengaruh *Leverage (DER)* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tambang?
4. Apakah terdapat pengaruh *Size* perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tambang?
5. Apakah terdapat pengaruh Umur perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tambang?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh (*ROA, ROE, DER, Size* dan Umur Perusahaan) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.4 Manfaat

1. Bagi akademisi: hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah berupa pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang meempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Bagi investor: bagi calon investor penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pertimbangan dalam menentukan kelayakan untuk menanam saham di perusahaan tambang.
3. Bagi perusahaan: penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi untuk pengambilan kebijakan oleh menejemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.
4. Bagi peneliti selanjutnya: hasil ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi kemajuan akademis dan dapat dijadikan acuan atau referensi untuk penelitian.