

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan perusahaan pada era saat ini, banyak perusahaan yang muncul dan berkembang di Indonesia. Dalam hal ini mampu mendorong perekonomian Indonesia dalam mencapai kestabilan. Perusahaan berusaha untuk menempatkan dirinya dalam posisi yang stabil dan siap bersaing, sehingga dapat bertahan dan berkembang (Muliani *et al*, 2014).

Banyaknya tekanan yang muncul, mulai dari kepentingan untuk meningkatkan daya saing, tuntutan untuk menerapkan *corporate governance*, hingga kepentingan *stakeholder* yang makin meningkat. Oleh karena itu, dunia usaha perlu mencari pola – pola kemitraan dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerjanya agar tetap bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing. Hal tersebut secara umum disebut sebagai *corporate social responsibility* (Ramadhani dan Haiprajitno, 2012).

Salah satu pedoman untuk CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah ISO 26000, yang menyatakan:

“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships”.

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting artinya bagi kondisi lingkungan dan sosial perusahaan. Keputusan dan aktivitas CSR kepada sosial dan masyarakatnya diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan

pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat serta mempertimbangkan harapan *stakeholders*. Adanya kegiatan CSR diharapkan mampu mengurangi kasus terhadap sosial dan lingkungan yang terjadi.

Salah satu kasus pencemaran lingkungan yang terjadi adalah kasus pencemaran yang berada di daerah Porong, Kabupaten Sidoarjo yang terjadi pada tahun 2006. Kasus tersebut dinobatkan sebagai kasus pencemaran lingkungan yang kurang bertanggung jawab karena banyak merugikan masyarakat sekitar yang akibatnya masyarakat sekitar kehilangan pekerjaan, rumah tinggal dan lainnya. Dalam kasus PT. Lapindo Brantas yang disebabkan oleh eksploitasi gas ini, perusahaan lebih mengutamakan penyelamatan aset – asetnya daripada mengatasi persoalan lingkungan dan sosial yang ditimbulkan yang menyebabkan timbulnya isu sosial dan berdampak pada masyarakat sekitar.

Kasus lingkungan lainnya adalah pencemaran udara di daerah Lawang Kidul, Sumatera Selatan, hal tersebut dikarenakan banyaknya debu yang timbul akibat aktivitas PT Bukit Asam. Masyarakat yang tinggal di daerah tersebut khawatir debu yang terhisap akan berdampak terhadap kesehatan. Pihak PT BA rencananya akan merelokasi warga yang tinggal di daerah tersebut, tetapi hingga saat ini rencana tersebut belum terrealisasi (daerah.sindonews.com/15 Januari 2015).

Di Indonesia, regulasi atau peraturan tentang CSR telah di terbitkan, yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam pasal 74 menyebutkan bahwa “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Pada tahun 2012 Peraturan Pemerintah Nomor 47

Tahun 2012 diterbitkan mengenai Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dengan adanya peraturan yang mengatur CSR, maka CSR tidak lagi bersifat sukarela melainkan sudah menjadi suatu kewajiban perusahaan untuk melaporkan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan dalam laporan tahunan. Seiring dengan diberlakukannya peraturan tersebut kini mulai banyak perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial lingkungannya kepada publik.

CSR erat kaitannya dengan nilai perusahaan di mana apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik maka akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham begitu pula sebaliknya (Almilia dan Wijayanto, 2007). Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang suatu perusahaan. Dalam memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholder*, dimana manajer akan di nilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan (Jersen, 2011 dalam Ramadhani dan Hadiprajitno, 2012).

Rahayu (2010) dalam Muliani *et al* (2014) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sebuah nilai untuk mengukur tingkat kualitas perusahaan dan sebuah nilai yang menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan di mata pelanggannya. Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat – surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan menjadi naik. *Firm's value* umumnya ditunjukkan oleh harga nilai buku. Harga tinggi untuk nilai buku

membuat pasar percaya pada prospek masa depan perusahaan (Soliha dan Taswan, 2002 dalam Mukhtaruddin *et al*, 2014). Pada kenyataannya, tidak semua perusahaan ingin harga saham yang tinggi (mahal), karena takut tidak bisa menjual atau tidak mampu menarik investor untuk membeli. Itu sebabnya, harga saham harus dilakukan secara optimal. Ini berarti bahwa harga saham tidak boleh terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Harga saham yang terlalu rendah dapat mempengaruhi citra perusahaan dalam pandangan investor. Harga saham yang optimal dapat dicapai melalui serangkaian kesimpulan dari pengalaman perusahaan dalam menjual saham di bursa efek.

Pentingnya laporan keuangan dalam menunjukkan kinerja perusahaan, maka banyak perusahaan yang mencoba untuk menyesatkan pemilik perusahaan atau para investor dengan memanfaatkan kurangnya informasi yang diterima investor. Healy dan Palepu (1993) dalam Haryudanto (2011) ada tiga alasan manajemen melakukan hal tersebut, yaitu: pertama, manajer memiliki lebih banyak informasi tentang strategi dan operasi bisnis yang dikelolanya, kepentingan manajer yang tidak selaras dengan investor, dan tidak sempurnanya aturan akuntansi dan audit.

Fombrun *et al* (2000) dalam Haryudanto (2011) cara yang sering digunakan untuk menyesatkan pemilik perusahaan adalah dengan melakukan manajemen laba. Manajemen laba merupakan manipulasi yang paling aman, karena kegiatan manajemen laba merupakan hal yang legal dan tidak melanggar prinsip akuntansi diterima umum. Meski hal tersebut legal dan terlihat aman, tetapi manajemen laba memiliki dampak yang merugikan bagi perusahaan apabila perusahaan ketahuan melakukan kegiatan tersebut. Konsekuensi yang diterima apabila manajer melakukan manajemen laba adalah manajer dapat kehilangan

reputasi, pekerjaan dan karirnya. Konsekuensi bagi perusahaan adalah adanya ancaman tindakan yang tidak menyenangkan dari karyawan, kesalahpahaman dari pelanggan, tekanan dari investor, pemutusan hubungan dari rekan kerja perusahaan, tuntutan hukum dari aparat, boikot dari aktivis, pandangan sinis dari masyarakat, dan pengungkapan dari media yang pada akhirnya akan menghancurkan reputasi perusahaan.

Pada penelitian terdahulu sudah banyak yang mengungkapkan mengenai CSR, *Earnings Management* (Manajemen Laba) dan *Firm's Value* (Nilai Perusahaan). Diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Prior *et al* (2007) mengatakan bahwa praktek antara manajemen laba dan aktivitas atas CSR memiliki dampak yang negatif terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Raharjo dan Djanuarti (2014) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Evadewi dan Meiranto (2014), mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap manajemen laba dalam industri manufaktur dimana tingkat *political cost* rendah, sedangkan dalam industri pertambangan dimana biaya politis sangat tinggi pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Dalam penelitian tersebut menggunakan ROA (*Return on Assets*) sebagai variabel kontrol dalam industri manufaktur, sedangkan pada industri pertambangan menggunakan ukuran perusahaan, leverage dan ROA sebagai variabel kontrolnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Dianita (2011) mengungkapkan bahwa praktek dalam manajemen laba tidak memiliki pengaruh dalam pengungkapan aktivitas CSR. Kemudian hasil yang kedua mengatakan

bahwa aktivitas CSR yang dipengaruhi oleh manajemen laba memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Penelitian yang dilakukan oleh Mukhtaruddin *et al.* (2014) mengatakan bahwa variabel dalam manajemen laba tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap Aktivitas CSR Disclosure, hasil yang kedua CSR Disclosure memiliki dampak positif terhadap *firm's value* (nilai perusahaan), dan hasil yang ketiga mengatakan bahwa variabel dalam manajemen laba tidak memiliki dampak negatif terhadap *firm's value*.

Dalam beberapa penelitian di atas, pada penelitian yang dilakukan peneliti lebih cenderung mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Mukhtaruddin *et al.* (2014), tetapi perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini peneliti menggunakan *earnings management accrual* dan *earning management real* sebagai variabel moderating dalam penelitiannya, peneliti juga menambahkan variabel kontrol didalam penelitiannya yaitu ukuran perusahaan, dewan komisaris independen dan *leverage*. Terdapat perbedaan pada populasi dan sampel, penelitian ini mengambil sampel pada perusahaan pertambangan dengan rentang waktu antara tahun 2009 – 2013.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada perusahaan pertambangan adalah perusahaan pertambangan operasi utamanya memiliki dampak sosial lingkungan yang signifikan terhadap sumber daya alam yang kegiatannya sangat mungkin akan melakukan kerusakan terhadap lingkungan. Apabila kegiatan operasionalnya hanya mementingkan keuntungan saja maka memungkinkan akan melakukan kerusakan lingkungan (Candrayanthi dan Saputra, 2013). Disisi lain perusahaan pertambangan membutuhkan modal yang sangat besar dalam mengeksplorasi sumber daya alam dalam mengembangkan pertambangan.

Pada penelitian ini manajemen laba akan digunakan sebagai variabel moderating antara pengungkapan CSR dan *Firm's Value*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan atas latar belakang di atas maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Firm's Value*?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* yang di moderasi oleh *Accrual Earnings Management* berpengaruh terhadap *Firm's Value*?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* yang di moderasi oleh *Real Earnings Management* berpengaruh terhadap *Firm's Value*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah mencari bukti empiris mengenai :

1. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm's Value*.
2. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang di moderasi oleh *Accrual Earnings Management* terhadap *firm's value*.
3. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang di moderasi oleh *Real Earnings Management* terhadap *firm's value*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis, dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat aktivitas operasional perusahaan.
2. Kegunaan praktis, dapat memberikan tambahan informasi mengenai teori dan konsep yang diterima selama di bangku perkuliahan sehingga para mahasiswa dapat mengaplikasikannya.