

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan perekonomian dunia yang semakin maju menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan dari tahun ke tahun menuntut perusahaan harus mampu bertahan dan berkompetensi dengan perusahaan lain. Sehingga setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk dapat tumbuh menjadi perusahaan yang lebih baik. Salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat yaitu dengan meningkatkan kinerja perusahaan.

Seiring meningkatnya kesadaran publik mengenai pentingnya peran perusahaan keuangan yang berkontribusi pada perkembangan ekonomi di masyarakat, meningkat pula dampak kepedulian masyarakat sekitar atas aktivitas tersebut. Tidak terkecuali salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di bidang keuangan seperti perbankan dan perusahaan asuransi.

Pemilihan data dalam penelitian ini lebih mengacu pada data perusahaan asuransi, dengan alasan perusahaan asuransi lebih banyak mempunyai pengaruh atau dampak terhadap lingkungan disekitarnya sebagai akibat dari aktifitas yang telah dilakukan oleh perusahaan. Disamping itu, perusahaan asuransi tersebut dianggap berbeda, karena perusahaan asuransi berjalan dengan produk jasa sehingga memiliki sistem rencana bonus dan pemikiran pembiayaan politik yang berbeda dengan perusahaan lainnya.

Bahkan dalam perkembangan sektor perasuransian Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat. Berbagai perusahaan yang bergerak di bidang asuransi mulai dari asuransi kerugian sampai asuransi jiwa semakin banyak. Pilihan produk yang ditawarkanpun mulai berkembang, baik penyedia jasa asuransi dari pihak swasta maupun program pemerintah. Sehingga menuntut perusahaan asuransi ikut turut serta memiliki bentuk tanggung jawab yang harus dipublikasikan.

Perusahaan keuangan mengungkapkan pelaporan sosial dikarenakan terkait adanya perubahan paradigma pertanggungjawaban, dari manajemen ke pemilik saham menjadi manajemen ke seluruh *stakeholder*. Hal ini ditegaskan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) No. 1 (revisi 1998) paragraf sembilan yang menjelaskan secara implisit menyarankan agar melakukan bentuk pengungkapan tanggung jawab terhadap masalah lingkungan dan sosial.

Menghadapai persaingan yang semakin ketat di era pasar bebas, maka perusahaan dituntut untuk memiliki manajemen yang kuat dan profesional agar dapat *survive* dan berkembang. Persaingan tersebut mendorong para manajer perusahaan untuk tetap bisa berusaha lebih keras dalam mempertahankan dan mengembangkan posisi perusahaan. Berbagai cara telah dilakukan oleh para manajer untuk menghadapi persaingan tersebut, salah satunya adalah dengan cara meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan suatu perusahaan dalam keadaan baik atau tidak. Suatu perusahaan dikatakan baik jika kinerjanya juga baik. Nilai perusahaan tersebut tercermin dari harga sahamnya. Nilai perusahaan yang baik menggambarkan bahwa tingkat

kemakmuran pemegang saham juga baik sehingga dapat menjadi daya tarik investor untuk melakukan kegiatan investasi. Selain itu, para investor juga percaya bahwa dengan nilai perusahaan yang baik maka perusahaan memiliki kinerja yang baik untuk prospek perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, kemakmuran pemegang saham sangat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya. Alasannya karena dengan penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham tersebut yang dapat ditransaksikan di Bursa untuk perusahaan *go public*. Dalam perkembangan perekonomian yang sangat maju menuntut perusahaan untuk tidak hanya mementingkan kemakmuran pemegang saham (*shareholder*) saja tetapi juga mementingkan kinerja dan dukungan dari pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Karena tanpa adanya kinerja dan dukungan dari para *stakeholder* yang baik maka nilai perusahaan tidak akan tercapai dengan baik. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperhatikan *stakeholder* yaitu dengan cara menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) / Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan bentuk pertanggung jawaban dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Dapat diartikan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggungjawab sosial perusahaan bukan hanya kepada para pemegang saham (*shareholder*) melainkan juga

kepada para pihak-pihak yang berkepentingan (*satkeholder*). Pihak *stakeholders* yang dimaksud adalah pihak-pihak diluar perusahaan seperti pemerintah, para pekerja, komunitas lokal, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan. Jadi, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *singel bottom line*, yaitu berkaitan dengan aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, namun harus berpijak pada *tripple bottom lines*, yaitu tanggungjawab perusahaan dengan semua *stakeholder* (Wibisono, 2007). *Tripple Bottom lines* bukan hanya meliputi ekonomi saja, tetapi ada juga sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Dalam era globalisasi, perusahaan menyadari bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan hanya sekedar kegiatan amal saja melainkan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dengan adanya penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan mampu memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat dari aktivitas operasional perusahaan. Selain itu, kegiatan sosial dan lingkungan merupakan bentuk tingkat pengukuran untuk mengetahui apakah terdapat dampak positif ataupun negatif atas kehadiran perusahaan tersebut bagi masyarakat sekitar. Semakin tinggi bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitar maka citra perusahaan juga akan meningkat. Citra perusahaan yang baik di mata masyarakat maupun *stakeholder* lainnya dapat memberikan dukungan yang baik bagi kinerja perusahaan.

Oleh karena itu, perusahaan menganggap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sekarang ini menjadi tuntutan yang penting bagi perusahaan bukan hanya sebagai suatu hal yang bersifat sukarela saja.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu strategi untuk menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder*. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi kinerja perusahaan, baik dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan adanya bentuk pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di dalam perusahaan maka memperlihatkan bahwa suatu perusahaan tersebut telah peduli serta bertanggung jawab terhadap lingkungan, masyarakat, dan sosial. Bentuk kepedulian tersebut diharapkan akan membuat citra suatu perusahaan semakin baik serta dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dan *stakeholder*, sehingga investor pun akan semakin tertarik untuk menanamkan sahamnya di dalam perusahaan (Cahyani, 2012).

Pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan tersebut dapat dilakukan dengan cara mengungkapkan hal tersebut ke dalam laporan tahunan perusahaan atau dengan mengungkapkannya ke dalam laporan yang terpisah. Mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ke dalam laporan tahunan lebih lazim dilakukan oleh perusahaan Indonesia. Laporan tahunan merupakan alat yang digunakan oleh suatu manajemen untuk melakukan pengungkapan dan pertanggungjawaban kinerja perusahaan kepada *stakeholder* (pihak yang berkepentingan) termasuk masyarakat.

Dari pengertian dan penjelasan tersebut dapat kita lihat bahwa *Corporate Social Responsibility* sangat penting bagi

kelangsungan sebuah perusahaan. Hal ini terlihat jelas dari berbagai bentuk kepedulian dan peranannya sebagai sarana pengkomunikasian tanggung jawab sosial bagi pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Bahkan pengungkapannya menjadi topik utama dari tahun ke tahun. Bahkan berbagai perusahaan di dunia mendukung pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan juga menjadi salah satu laporan yang diperhitungkan. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dilakukan oleh berbagai perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Dimaksudkan sebagai bukti dan juga informasi bila perusahaan benar-benar melakukan sesuatu dalam rangka peduli dan ikut berperan serta dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dampak positif pada komunitas sosial. Tidak terkecuali salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di bidang keuangan seperti perusahaan asuransi.

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini sudah banyak dilakukan berkaitan dengan nilai perusahaan. Variabel independen dan tempat riset yang digunakan beragam, hasil dari penelitian juga beragam. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membahas topik yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini akan menggunakan indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara lengkap meliputi kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Pengukuran indikator nilai perusahaan peneliti memproksikan Tobin's Q, dan sampel yang digunakan adalah perusahaan asuransi periode 2015-2017. Oleh sebab itu, penulis akan melakukan penelitian dengan judul : **"Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada**

**Perusahaan Asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Asuransi ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut :

### **1.3.1 Tujuan Umum**

1. Sebagai realisasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi
2. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

1. Untuk mengetahui adanya Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Asuransi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memberikan kontribusi kepada pihak yang berkepentingan baik itu bagi perusahaan, bagi peneliti, maupun bagi Universitas.

#### **1.4.1 Bagi Perusahaan**

1. Memberikan informasi bagi perusahaan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat penting bagi suatu perusahaan tersebut untuk meningkatkan nilai perusahaan.

#### **1.4.2 Bagi Peneliti**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti mengenai tentang adanya pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengimplementasikan teori-teori manajemen strategi yang telah diterima oleh peneliti selama kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan, sehingga dapat menambah wawasan yang sangat penting bagi peneliti khususnya pada objek yang diteliti.

#### **1.4.3 Bagi Universitas**

1. Sebagai pelengkap perpustakaan dan sebagai bahan bacaan ilmiah di perpustakaan bagi pembaca dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya bidang akuntansi
2. Digunakan untuk bahan acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya bagi penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan sebagai bukti empiris yang akan dianalisis.