

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, kondisi ini membuat para pengusaha untuk bersaing secara unggul untuk mencapai tujuan perusahaan. Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang didapat, tetapi dalam menjalankan perusahaan diperlukan tanggung jawab sosial dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Perusahaan bukan sekedar bertanggung jawab kepada pemiliknya (*shareholder*) akan tetapi bertanggung jawab terhadap seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan yaitu karyawan, pelanggan, supplier, dan masyarakat umum maupun lingkungan yang ada disekitar perusahaan. Semua pihak tersebut memiliki kepentingan ataupun peran didalam perusahaan. Perusahaan dalam menjalankan usaha tidak lepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga dibutuhkan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan.

Keadaan ini juga dipicu dengan perkembangan akuntansi yang lebih mementingkan kepemilikan modal yang dapat membuat perusahaan melakukan penggunaan sumber daya alam dan lingkungan sosial yang tidak terkendali sehingga dapat merusak lingkungan sekitar. Banyaknya perusahaan yang menjadi semakin berkembang akan mempertahankan keunggulan bisnisnya. Perusahaan yang disukai oleh investor tidak hanya dilihat pada

fundamental saja, tetapi juga melihat pada *corporate social responsibility* perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangan, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan bertumbuh secara berkelanjutan. Di Indonesia tanggung jawab sosial perusahaan sudah diwajibkan oleh hukum yang tercantum dalam undang - undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 tentang perseroan terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melakukan CSR.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ramona (2017) menyatakan dimana perusahaan yang menyadari akan pentingnya menerapkan CSR akan memperoleh dampak yang baik seperti meningkatnya reputasi perusahaan, kepercayaan masyarakat sekitar, konsumen, dan investor terhadap kinerja perusahaan itu semua akan meningkatkan profit perusahaan. Banyak manfaat yang akan diperoleh perusahaan yang telah melaksanakan CSR yang pertama perusahaan akan terhindar dari adanya reputasi negatif sebagai perusak lingkungan yang sekedar mengejar keuntungan, kedua perusahaan akan mendapatkan rasa hormat dari masyarakat yang membutuhkan perusahaan seperti karyawan dan konsumen, dan yang ketiga perusahaan akan terhindar dari gangguan lingkungan sekitar sehingga perusahaan dapat terus menjalankan operasional perusahaan dengan baik, dan yang paling utama perusahaan akan dapat menjamin kelangsungan hidup usahanya untuk jangka panjang.

Terdapat beberapa teori yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Menurut Kartini (2013:89) Bertanggung jawab dalam mengelola dampak negatif suatu perusahaan atau melakukan suatu kegiatan pengelolaan lingkungan akibat dari dampak apapun, karena tanggung jawab sosial akan dilihat sebagai suatu sikap penting didalam meningkatkan profit dan memperkuat nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Dalam penelitian Kusumadilaga (2010) Sekarang ini masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan atau melaksanakan CSR. Hal itu, akan memberikan manfaat kepada perusahaan meningkatkan image positif sehingga konsumen akan menyukai produk yang dijual oleh perusahaan, dengan banyaknya konsumen maka akan meningkatkan laba yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga perusahaan diminati oleh investor.

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. *Enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya ialah besar kecilnya profitabilitas yang

dihasilkan perusahaan. Profitabilitas menjadi faktor yang sangat penting bagi perusahaan, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa yang akan datang. Dalam penelitian ini rasio yang digunakan dalam mengukur profitabilitas adalah *Return On Asset (ROA)* yaitu untuk melihat sejauh mana tingkat efesiensi pengolahan aset yang dilakukan perusahaan. Semakin besar nilai ROA maka semakin besar tingkat keuntungan dan semakin baik posisi perusahaan dalam segi penggunaan aset. Apabila kondisi profitabilitas perusahaan baik, maka hal itu bisa menarik minat investor.

Hubungan antara profitabilitas sebagai pemoderasi antara CSR dengan nilai perusahaan secara teoritis dapat dijelaskan hubungannya. Semakin tinggi profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga,2010). Dapat disimpulkan apabila profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan maka hubungan anatar CSR dengan nilai perusahaan akan semakin baik karena dengan naiknya profitabilitas akan berdampak pada semakin baiknya CSR yang dilakukan perusahaan, semakin baik CSR yang dilakukan maka akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini akan meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *return on asset* sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur sub sektor logam yang telah terdaftar di BEI pada periode 2011 - 2018

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *return on asset* sebagai variabel moderasi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Tujuan Umum
  - a) Untuk memenuhi salah satu Persyaratan dalam menyelesaikan perkuliahan strata 1 (S1) Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
  - b) Sebagai salah satu realisasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dan untuk menerapkan ilmu pengetahuan atau teori serta memperoleh pengalaman praktis dalam penelitian
2. Tujuan Khusus
  - a) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
  - b) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *return on asset* mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang peneliti harapkan dalam pembuatan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

- a) Untuk sarana penerapan teori yang diterima selama masa perkuliahan dengan praktik yang terjadi dilapangan
- b) Penulis dapat berpikir kritis untuk mengembangkan pola pemikiran khususnya yang berkaitan dengan *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, dan *return on asset* sebagai menambah ilmu pada bidang akuntansi.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai sumbangan pemikiran atas penelitian dalam memperluas dan mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang akuntansi, serta guna menambah perbendaharaan referensi di perpustakaan.

3. Bagi Pembaca

Bagi Pembaca, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi, bacaan yang bermanfaat, dan sumber informasi dalam melakukan penelitian berikutnya.