

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keberadaan suatu perusahaan pasti memiliki dampak positif dan negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya, baik langsung maupun tidak langsung. Di satu sisi, perusahaan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat maupun lapangan kerja. Namun di sisi lain, dampak yang diberikan dari keberadaan dan kegiatan produksi suatu perusahaan sering kali merusak lingkungan sekitar dan merugikan masyarakat, misalnya dampak dari limbah produksi. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali, sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia (Rimba, 2010). Salah satu penyebab kondisi seperti ini adalah kurangnya kemaksimalan dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*).

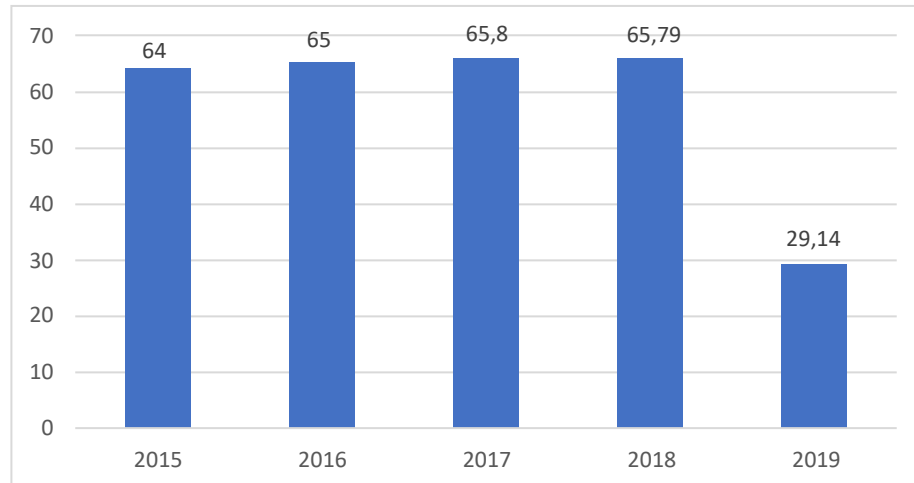
CSR sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan saja, tetapi juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak-dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan (Saedah, 2015). *Coporate social responsibility* (CSR) telah menjadi kewajiban mutlak bagi masyarakat, organisasi lingkungan, media masa khususnya para investor dan kreditor (bank) karena investor maupun kreditor (bank) tidak mau menanggung kerugian yang

disebabkan oleh adanya kelalaian perusahaan tersebut terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Untuk melakukan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melakukan CSR, citra perusahaan akan semakin baik, sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi, seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan akan semakin baik, dan pada akhirnya dengan melakukan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat.

Salah satu masalah yang berkaitan, Indonesia saat ini tercatat sebagai Negara penyumbang limbah plastik terbesar ketiga di dunia. Indonesia menghasilkan sampah plastik sebanyak 67,8 juta ton atau terdapat 185.753 ton sampah setiap harinya dihasilkan oleh 270 juta penduduk. Indonesia menghasilkan sampah plastik di laut sebanyak 56,3 juta kilogram, bahkan sungai citarum dinobatkan sebagai sungai paling tercemar didunia (<https://tekno.tempo.co>). Tidak hanya itu kementrian lingkungan hidup dan kehutanan (KLHK) bahkan menyebutkan bahwa sampah plastik di Indonesia telah mencapai level mengkhawatirkan, direktur pengelolaan sampah KLHK Novrizal Tahar menyatakan, sampah plastik telah menjadi isu global sampai menjadi perhatian presiden Bank Dunia Jim Yong Kim(<http://kom.ps/AFy8kf>).

Dengan adanya fenomena dimana Indonesia merupakan negara penyumbang limbah plastik terbesar ketiga didunia, hal itu mempengaruhi juga perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia untuk melakukan

corporate social responsibility disclosure. Untuk lebih detailnya dapat dilihat di gambar berikut:



(Sumber: Data Diolah Penulis)

Gambar 1.1
Volume Sampah Indonesia dari tahun 2015-2019

Mengenai persoalan sampah plastik ini, nyatanya bukan hanya menjadi masalah negara berkembang, melainkan juga negara-negara besar di dunia. Kajian laporan sintesis yang diinisiasi Bank Dunia Bersama sejumlah Lembaga peneliti di Indonesia pada 2018 menyebutkan, tidak kurang dari 150 juta ton plastik telah mencemari lautan dunia. Asia Timur ditenggarai sebagai wilayah dengan adanya pertumbuhan produksi sampah tercepat di dunia. Penelitian yang dilakukan Jenna R. Jambeck pada 2015 pertama, menegaskan hal ini serupa dari total 192 negara mengelola sampah. Kedua, ketidakpedulian masyarakat Indonesia dengan lingkungan. Ketiga, tren sampah yang semakin meningkat. Keempat, rendahnya tanggung jawab industri. Kelima, masalah regulasi. Keenam, terkait impor sampah. Sebagai produsen produk, sudah sepatutnya industri turut ambil bagian dalam mempertanggungjawabkan dampak produk yang telah dihasilkan

bagi lingkungan. Jangan mereka hanya menciptakan produk sampai di konsumsi saja. Padahal yang menjadi persoalan salah satunya adalah *after consumption* atau *post consumer*. Setelah dikonsumsi itu akan menjadi persoalan baru. (kemenkeu.go.id). Berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan pun wajib dilaksanakan oleh perusahaan, Bersama pemerintah membuat regulasi bersama yaitu dengan adanya Tindakan CSR atau *Corporate Social Responsibility*.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan klaim *stakeholders* agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga swadaya masyarakat (LSM), konsumen dan lingkungan. Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga untuk kepentingan *stakeholders* dalam praktik bisnis (Danu, 2011). Untuk era globalisasi seperti sekarang ini, tuntutan untuk menjalankan CSR semakin berat, oleh karena itu penerapan CSR sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan sesuai dengan kemampuan perusahaan. Selain itu, dalam pengungkapan CSR sangat diperlukan perusahaan sebagai cerminan diri pada perusahaan itu sendiri terhadap lingkungan sekitar perusahaan, yang mana terdapat 3 hal dalam CSR yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan yaitu adanya transparansi, pertanggungjawaban dan keberlanjutan dari operasional perusahaan itu sendiri (Nuriwan,2018).

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi kewajiban mutlak bagi perusahaan, bahkan pemerintah telah mengeluarkan peraturan tertulis mengenai

konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini diatur dalam Undang-Undang No. 47 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melakukan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melakukan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan (Soewarno,2009 dalam Chusnul 2014).

Dengan adanya regulasi tersebut, perusahaan diwajibkan untuk menganggarkan dana CSR. Penganggaran CSR telah di atur bagi perusahaan BUMN dlam regulasi salah satunya dalam undang-undang pasal 21 ayat (2) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam undang-undang ini diatur bahwa BUMN dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah dan pembiayaan lainnya.

Akan tetapi, dalam hal persentase jumlah dana CSR sampai saat ini masih dalam Rancangan Undang-Undang (RUU) yang diajukan oleh Kemenetrian

Sosial. Dalam RUU ini patokan dana CSR yang harus diberikan perusahaan yakni 2 persen 2,5 persen atau 3 persen dari keuntungan setiap tahunnya. Namun menurut Hartono, 2018 dalam (Ratna, 2019) UU CSR ini masih mendapat tantangan dunia usaha karena pihak dunia usaha menilai UU CSR ini belum perlu dan di anggap dapat memberatkan dunia usaha dimana akan mewajibkan semua perusahaan untuk menjalankan program CSR (kontan.co.id)

Meskipun terdapat regulasi yang di atur oleh pemerintah, namun regulasi tersebut lebih menunjukkan keterkaitan pada kewajiban, sanksi, porsi dana dan keamanan kepentingan bisnis. Tidak tersinggung sekali soal makna, nilai dan cita-cita pembangunan berkelanjutan. Demikian pula dengan reaksi pihak perusahaan. Rata-rata mereka menunjukkan penolakan dengan klasik yaitu masalah dana. Selanjutnya, CSR merupakan usaha inisiatif yang formulasikan sendiri oleh sektor bisnis itu sendiri self regulationnya. Dalam kebanyakan kasus CSR tidak dapat berfungsi sebagai mekanisme penyelesaian berbagai masalah sosial dan lingkungan yang mencuat sebagai dampak kinerja bisnis. Situasi seperti inilah yang menjadi landasan kritik bahwa CSR tidaklah lebih dari pada aktivitas *public relation* pihak korporasi tanpa disertai suhu perubahan yang substansial sifatnya.

Dalam perjalannya CSR setidaknya menyisakan dua persoalan pokok, pertama berkaitan dengan siapakah yang melaksanakan CSR, “Apakah perusahaan yang menjalankan usaha dan berkaitan dengan sumber daya alam ataukah perusahaan yang tidak mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam tetapi kegiatannya memiliki dampak terhadap sumber daya alam”. Kedua, berkaitan dengan manfaat CSR kepada stakeholder namun sebaliknya stakeholder

belum melaksanakan manfaat dari program tersebut. Hal ini dapat di lihat dari program CSR yang telah di lakukan oleh banyak perusahaan di Indonesia, khususnya plastik dan kemasan di Bursa Efek Indonesia.

Menurut riset *Centre For Governance, intutions and Organizations National University of Singapore (NUS) Bussiness School* menyatakan bahwa perusahaan di Indonesia memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility (CSR)* yang lebih rendah di bandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Dalam riset ini dilakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara, yakni Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand.

Dalam riset tersebut di temukan bahwa empat negara sampel tersebut memiliki tingkat pelaporan CSR yang tinggi, namun tidak otomatis membuat kualitas praktiknya pun tinggi. Riset itu memaparkan bahwa Thailand menjadi negara dengan kualitas implementasi CSR yang lebih tinggi dengan nilai 56,8 dari total 100, sementara Singapura mendapatkan 48,8, Indonesia dan Malaysia sendiri masing-masing mendapat nilai 48,4 dan 47,7 (cnnindonesia.com).

Gagasan *corporate social responsibility* yang merupakan kewajiban perusahaan sosial dan lingkungan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Perusahaan perlu menerapkan program-program masyarakat dan kemitraan dengan organisasi non pemerintah (LSM) dan non-keuntungan dan yang paling inovatif, yang menyesuaikan model bisnis mereka sendiri untuk menjadi lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. *Corporate social responsibility* dewasa ini telah menjadi suatu hal yang sangat penting dan telah pula diimplementasikan oleh banyak perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan, *Corporate social*

responsibility merupakan penghargaan organisasi untuk kepentingan masyarakat, ditunjuk dengan mengambil kepemilikan dampak kegiatannya terhadap konstituen kunci, termasuk pelanggan, karyawan, pemegang saham, masyarakat lingkungan, dan seluruh wilayah operasi mereka. Singkatnya pelaksanaan CSR memainkan peranan yang cukup penting bagi berkelanjutan suatu perusahaan. Urgensi CSR tidak hanya milik perusahaan tetapi para stakeholder dalam hal ini adalah masyarakat menjadi actor lain yang juga memiliki kepentingan terhadap CSR. Kegiatan perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang ekstraksi sumber daya alam telah berdampak bagi berbagai elemen dalam kehidupan masyarakat lingkaran tambang. Oleh karena itu, masyarakat haruslah menanggapi berbagai isu yang beredar dalam masyarakat dengan mengimplementasikan CSR nya. Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi di sekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber dana lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar masyarakat mempunyai harapan tertentu kepada perusahaan (Rosidah,2018:224).

Dengan dilaksanakannya tanggung jawab sosial lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan efek positif terhadap perusahaan diantaranya adalah citra perusahaan yang baik dikalangan masyarakat karena telah memperhatikan lingkungan sosial sekitar, dan secara bersamaan akan menjaga stabilitas dari nilai perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu ketika timbul konflik antara perusahaan dan masyarakat umum terutama yang diakibatkan oleh dampak

lingkungan sosial atau pengelolaan CSR nya kurang baik, maka secara drastis akan dapat menimbulkan menurunnya nilai suatu perusahaan.

Nilai perusahaan adalah nilai pasar. Nilai pasar digunakan dikarenakan nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer atau komisaris dalam perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. *Enterprise value* (EV) atau *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat satu sektor yang paling bertumbuh sepanjang tahun 2018 ini adalah sektor industri dasar kimia. Perusahaan industri dasar dan kimia merupakan salah satu sektor yang berada dalam cabang industri manufaktur (non-migas) yang menghasilkan bahan-bahan yang selanjutnya akan diolah lagi menjadi barang jadi. Sektor industri dasar dan kimia mempunyai 8 sektor yaitu sub sektor semen, sub sektor plastik dan kemasan, sub sektor pakan ternak, kayu, dan pengolahannya, serta sub sektor Pulp dan kertas. Berdasarkan laporan BEI, sektor ini naik hingga 21,17% *year to date* (ytd). Padahal, indeks harga saham gabungan (IHSG) saja masih melemah tipis 3,02% ytd ke level 6,163 pada penutupan perdagangan (investasi.kontan.co.id).

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan juga merupakan kondisi tertentu yang telah di capai perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan itu berdiri ataupun didirikan sampai pada saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemiliknya pun akan mengalami peningkatan dan meningkatnya nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan Panjang dari suatu perusahaan (Rezki, 2019).

Pengungkapan perusahaan atas aktivitas CSR *Disclosure* (CSRD) merupakan media yang informatif bagi pemangku kepentingan seperti pemegang saham (Walter, 2014; Lii and Lee, 2012). Oleh karena itu, penting sekali bagi perusahaan di dalam Menyusun informasi CSRD untuk meningkatkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010). Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh CSRD terhadap nilai Perusahaan. Selain pengujian langsung CSRD terhadap nilai perusahaan, penelitian ini juga bertujuan meberikan bukti empiris bahwa profitabilitas akan memperkuat hubungan CSRD terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena apabila perusahaan dapat mencapai kinerja profitabilitas yang baik, tentunya meningkatkan kepercayaan pemegang saham atau calon pemegang saham untuk mempertahankan dan menambah kepemilikan (Brigham dan Houston, 2006;

Sayekti dan Wondabio, 2007). Hal ini akan memberikan *signal* pada peningkatan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan.

Meningkatnya nilai perusahaan diantaranya disebabkan oleh faktor profitabilitas, karena profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu sehingga profitabilitas ini dapat mencerminkan sedikit dari kinerja perusahaan dan ketika suatu perusahaan memiliki profitabilitas yang baik kecenderungan akan memiliki citra kinerja yang cukup baik pula dan hal ini akan bermuara pada nilai dari perusahaan tersebut dan juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan.

Fenomena yang terjadi pada nilai perusahaan ini yang terjadi di sebabkan oleh meningkatnya profitabilitas seperti contoh industri kemasan diperkirakan tumbuh mencapai 6% pada tahun 2018, seiring dengan berkembangnya sektor makanan, minuman, dan farmasi. Direktur Industri Kimia Hilir Kementerian Perindustrian, mengatakan bahwa optimisme tersebut didasarkan pada pertumbuhan positif sektor manufaktur yang menggunakan kemasan pun mencatatkan pertumbuhan. Pada kuartal II/2018, industri plastik tercatat tumbuh 11,5%. Industri ini menyumbang 2.27% terhadap PDB ekonomi nasional (Ekonomi.bisnis.com).

Subjek yang penulis gunakan adalah pada perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia sektor industri dasar dan kimia, menurut Dianne, 2013 dalam (Damayanti 2011) perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memproses bahan mentah sehingga berubah menjadi barang yang siap untuk

di pasarkan dengan melibatkan berbagai sumber bahan baku, proses produksi dan teknologi. Selain itu, perusahaan manufaktur tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan externalnya. Perusahaan manufaktur berperan penting untuk memberikan kontribusi terbesar terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional pada triwulan II -2021, yakni sebesar 17,34%. Lima besar kontribusi PDB di periode ini adalah industri makanan dan minuman sebesar 6,66%, industri kimia, farmasi dan obat tradisional sebesar 1,96%, industri barang logam, komputer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik sebesar 1,57%, industri alat angkutan 1,46% serta industri tekstil dan pakaian jadi sebesar 1,05%. Hal ini menunjukkan bahwa industri manufaktur punya peran penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional. (kemenperin.go.id).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian yang akan dilakukan masalah-masalah yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Profitabilitas dan Nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021?
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas secara parsial maupun Bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang diidentifikasi di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis:

1. *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang tergabung dalam perusahaan Manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.
2. Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas secara Parsial maupun Bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini penulis harapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih untuk pengembangan dan menjadi referensi keilmuan yang berkaitan dengan kebijakan perusahaan mengenai pengaruh *Corporate social responsibility disclosure* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh CSRD dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran umum mengenai pengaruh CSRD dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di BEI tahun 2017-2021.

3. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi

Sebagai bahan referensi dan bacaan untuk para mahasiswa dan akademisi khususnya di lingkungan fakultas ekonomi dan sebagai pengemban penelitian selanjutnya, serta memperluas jaringan dan tambahan informasi.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi bagi pihak yang berkepentingan khususnya untuk mengkaji topik yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang *listing* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.

Yang dimana datanya diperoleh dari *Indonesia Exchange Stock (IDX)* yang diakses melalui (www.idx.com)

1.5.2 Waktu Penelitian

Rincian waktu penelitian yang telah penulis lakukan terhitung sejak bulan januari 2022 sampai dengan oktober 2022. Untuk lebih jelasnya, peneliti menyajikan matriks waktu penelitian pada lampiran I