

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan sumber daya alam, manusia, maupun ekonomi yang masif adalah bentuk dampak perkembangan industri yang sudah sangat cepat. (A. Pratiwi et al., 2020). Sayangnya, perkembangan industri yang sangat cepat ini, berdampak pada eskalasi pemanasan global dan perubahan iklim. (P. Pratiwi et al., 2021). Munculnya kesadaran bahwa kegiatan produksi suatu perusahaan secara tidak langsung memberikan dampak negatif bagi lingkungan sosial, maupun lingkungan fisik, di sekitar kegiatan produksi, membuat perusahaan perlu melakukan cara yang lebih bijak. (Sri Ardani & Mahyuni, 2020). Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi dampak negatif ini adalah dengan melakukan CSR. (Sarah & Manggarai, 2020).

CSR mengindikasikan bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya, bukan hanya mencari keuntungan belaka, melainkan juga mengacu pada prinsip *triple bottom lines*. (Wendy & Harnida, 2020) Konsep triple bottom line ini menjelaskan bahwa perusahaan tidak semata berfokus pada kepentingan untuk memperoleh laba (*profit*), tetapi juga diseimbangkan dengan pemenuhan kepentingan dan kewajiban untuk menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) dan mendukung kesejahteraan masyarakat (*people*). (Ardhiansyah & Pramelani, 2021)

Di Indonesia sendiri, melakukan praktik CSR adalah komitmen perusahaan dalam menaati peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perusahaan Terbatas (UUPT) Pasal 74 dan Peraturan Pemerintah No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Menurut (Prayuda & Praditya, 2020) jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat, bisnis investor, kreditur, pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat.

Untuk melaksanakan berbagai kegiatan *Corporate Social Responsibility*, berarti perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya, dan biaya pada akhirnya akan menjadi

beban yang harus ditanggung oleh perusahaan sehingga mengurangi pendapatan, dan mengakibatkan tingkat profit perusahaan akan mengalami penurunan. (Kurniawan, 2021). Namun, di sisi lain pengungkapan CSR memberi citra baik bagi perusahaan serta efeknya terhadap tingginya loyalitas konsumen. (Setyawan, 2022). Akan tetapi, seperti yang disebutkan di atas, saat sekarang masih banyak perusahaan yang tidak ingin melaksanakan kegiatan CSR karena mereka menganggap bahwa kegiatan CSR membutuhkan dana yang besar sehingga akan mengurangi laba yang diperoleh perusahaan (A. Pratiwi et al., 2020)

Pada kenyataannya hingga saat ini banyak perusahaan di Indonesia yang aktivitas operasinya memberikan dampak buruk bagi lingkungan sekitar. Fenomena yang menunjukkan bahwa adanya dampak lingkungan oleh aktivitas operasi perusahaan juga pernah di dokumentasikan melalui film documenter “Sexy Killers” tahun 2019. Disana ditunjukkan bagaimana industry pertambangan batubara berdampak bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. Begitu juga dengan kasus kebakaran hutan yang terjadi pada tahun 2015-2018 ditimbulkan oleh dampak dari sejumlah perusahaan kelapa sawit dan bubur kertas, seperti yang dilansir BBC Indonesia (2019). Belum lagi dampak dan konflik perusahaan tambang, terbukti pada Catatan Akhir Tahun 2020 & Proyeksi 2021 JATAM bahwa sepanjang 2020 terdapat 45 konflik. Konflik yang terjadi yaitu 22 kasus terkait pencemaran dan perusakan lingkungan, 13 kasus perampasan lahan, 8 kasus kriminalisasi warga yang melakukan penolakan tambang serta 2 kasus pemutusan hubungan kerja. Melihat dari 2014 telah tercatat 71 konflik sehingga secara akumulasi hingga 2020 telah terjadi 116 konflik pertambangan. (Arifianti & Widianingsih, 2022)

Adanya berbagai kasus yang terjadi antara perusahaan dengan hubungan ekonomi, social, dan lingkungan mengidentifikasi bahwa masih rendahnya perhatian dari pemilik usaha terhadap dampak yang ditimbulkan dari usahanya. Dengan demikian, sustainability report diyakini menjadi solusi dari kebutuhan akan pertanggungjawaban social perusahaan (Hanifah, 2023). Menurut BEI dari lampiran Voluntary National Review (VNR) Indonesia 2021, hanya 100 perusahaan yang mempublikasikan Sustainability Report pada tahun 2019 (Badan Pemeriksa Keuangan RI, 2021). Kemudian pada Indonesia's Voluntary National Review (VNR) 2021, terhitung pada Oktober 2020 sama dengan tahun sebelumnya yaitu hanya 100 perusahaan yang telah menerbitkan Sustainability Report (2021). Namun, berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan kondisi

tersebut sudah cukup baik dibanding tahun 2016 hanya 55 perusahaan yang menerbitkan Sustainability Report (Arifianti & Widianingsih, 2022)

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. (Hasanah, 2020). Meskipun menunjukkan trend yang positif dalam hal penerapan CSR, tetapi pengungkapan kegiatan CSR, dalam hal ini, *sustainability report* masih tergolong rendah, jika dibandingkan dengan keseluruhan Perusahaan yang telah go public. (Wicaksono & Septiani, 2020). Hal ini juga disebabkan karena pengungkapan sustainability report di Indonesia masih bersifat *voluntary*, belum bersifat *mandatory*. Ini menjadi penting karena pengungkapan CSR dapat menjadi variabel dalam meningkatkan nilai perusahaan, sebagai hasil dari citra perusahaan yang baik di mata konsumen. (Dzikir et al., 2020). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut dapat memberikan keuntungan bagi Investor. (Aida Sofiatin, 2020)

Tipe perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini adalah tipe perusahaan high profile. Alasan perusahaan high profile dijadikan objek dalam penelitian ini adalah karena kasus kerusakan baik ekonomi, social maupun lingkungan yang terjadi kebanyakan diakibatkan oleh aktivitas produksi perusahaan high profile. Aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan high profile memiliki risiko lebih besar terhadap lingkungan sehingga perusahaan high profile juga memiliki risiko yang lebih tinggi terhadap kritikan masyarakat (Junita & Yulianto, 2018). Tingkat sensitivitas perusahaan high profile terhadap risiko politis, lingkungan dan tingkat persaingan juga lebih tinggi dibandingkan perusahaan low profile (Keatinge et al., 1991). Maka dari itu, apabila perusahaan high profile melakukan kelalaian saat proses produksi maupun hasil produksi akan memberikan dampak yang fatal bagi lingkungan masyarakat, sehingga perusahaan *high profile* lebih banyak mendapatkan sorotan oleh para *stakeholder* (Setiani, 2020). Perusahaan yang tergoong dalam tipe high profile adalah bidang pertambangan, pertanian, kehutanan, telekomunikasi, kimia, semen, kertas, rokok, transportasi, energy, telekomunikasi, produk makanan, dan minuman, pengelolaan hutan, sarana kesehatan, serta pariwisata. Pemerintah membuat peraturan perundangan khusus bagi kebanyakan perusahaan tersebut atau yang disebut *regulated company* (Setiani, 2020).

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian terdahulu yang telah dilakukan dengan topik yang berkaitan. Diantaranya penelitian yang dilakukan (Indonesia, 2020). Hasil penelitian tersebut, menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dalam tingkat prediksi laba masa depan suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan (Dzikir et al., 2020) menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016.

Penelitian yang dilakukan (Hidayat et al., 2021) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan (Desinta, 2019) menunjukkan bahwa CSR oleh perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan namun memiliki arah yang positif. Hal ini membuktikan bahwa penerapan CSR belum mampu secara baik mempengaruhi profitabilitas perusahaan yang terdapat pada industri kimia di Indonesia pada tahun 2013-2017. Hal ini disebabkan karena tidak secara keseluruhannya perusahaan pada industri kimia yang memiliki kesadaran penuh akan pentingnya penerapan tanggung jawab sosial, lingkungan dan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan (Faqihudin et al., 2020) menunjukkan Corporate image/citra perbankan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Penelitian yang dilakukan (Machmuddah et al., 2020) variabel CSR mempunyai pengaruh signifikan positif pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Rohman, 2021) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan, dan Corporate Reputation berpengaruh negatif terhadap nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Istianingsih, 2022) menunjukkan variable mempunyai pengaruh signifikan negative pada nilai perusahaan.

Beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, selain pada sampel dan tahun dilakukannya penelitian, yaitu pada rasio yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya masih banyak memakai rasio Return of Assets (ROA) dan Return of Equity (ROE), atau ROA saja. Penelitian ini akan memakai rasio Tobin's Q, untuk membuktikan apakah keterkaitan antara pengungkapan CSR dapat membuat menarik citra perusahaan meningkat dan apakah hal tersebut

membuat minat investor dalam berinvestasi di perusahaan tinggi sehingga tercermin dalam Nilai Perusahaan.

Lalu, perbedaan selanjutnya, penelitian ini mencoba melihat data terkait CSR bukan hanya pada laporan tahunan perusahaan, tetapi juga laporan lainnya yang ada di Internet atau website perusahaan.

Selanjutnya, untuk menilai pengungkapan CSR, penelitian ini menggunakan item-item pengungkapan berdasarkan GRI 4.0, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan indeks Sembiring (2005). Lalu, yang membedakan juga adalah kondisi pandemic yang terjadi 2 tahun belakangan, disini peneliti mencoba membandingkan apakah terjadi perbedaan terhadap penerapan dan pengungkapan CSR yang berdampak pada kinerja keuangan sebelum terjadi pandemi, dan sesudah terjadi pandemi.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN HIGH PROFILE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2017-2021)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini difokuskan pada permasalahan mengenai:

1. Apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah Corporate image dapat memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui hasil pengujian mediasi corporate image antara CSR terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Pengungkapan CSR dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori legitimasi dan teori stakeholder. Teori legitimasi yang mengusulkan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk menjamin kegiatan mereka dengan batas dan norma dari perspective masyarakat (Deegan, 2002), menjadi sejalan dengan pengungkapan CSR artina badan usaha wajib berusaha untuk mempersiapkan dukungan bukti nyata pengungkapan CSR dalam bentuk pembuatan sustainability report. Kebijakan pengungkapan perusahaan dilakukan salah satunya adalah untuk mempengaruhi persepsi eksternal tentang perusahaan mereka.

Pengungkapan CSR dalam kontribusinya terhadap teori stakeholder menjadi penting, karena teori tersebut mengutamakan pentingnya untuk menilai keperluan, kewajiban serta dampak oleh seluruh kelompok yang terhubung pada keputusan serta aktivitas bisnis dari badan usaha, utamanya pada bidang pembuatan kebijakan. Dimpulkan bahwa pengungkapan CSR secara strategis digunakan untuk mengatur hubungan dengan stakeholder dengan cara mempengaruhi tingkat permintaan eksternal yang berasal dari banyak konstituen berbeda. (Peran et al., 2020)

Nilai Perusahaan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori keagenan. Pada dasarnya teori keagenan menjelaskan tujuan dari manaha dan pemegang sahan sama, yaitu meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemamakmuran pemegang saham. Tetapi, seringkali manajer tidak selalu bertindak demi kepentingan pemegang saham atau melakukan tindakan yang bertentangan dengan keinginan pemegang sham sehingga terjadi konflik antara manajer perusahaan dengan pemegang sahamnya.

b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan performa perusahaan berkaitan dengan hubungan terhadap pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Diharapkan juga penelitian ini menjadi salah satu bahan pertimbangan agar semakin banyak perusahaan di Indonesia khususnya melakukan penerapan CSR dan mengungkapkannya dalam bentuk sustainability report.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran umum kepada investor tentang kondisi perusahaan yang sudah menerapkan CSR dan mengungkapkan sustainability report, dan bagaimana pengaruhnya terhadap corporate image dan nilai perusahaan, serta menjadi bahan pertimbangan dalam keputusan investasi.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, batasan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah analisis mengenai penerapan Corporate Social Responsibility dan dampaknya pada profitabilitas, serta pengaruh pengungkapan akuntansi lingkungan pada laporan perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan tahun 2017-2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan penulisan skripsi ini maka dibuat sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal terkait dengan penelitian yang akan dilaksanakan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi landasan teori yang digunakan dalam penyusunan penelitian yang berkaitan dengan definisi setiap variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR, *Corporate Image*, dan nilai perusahaan. Waktu dan tempat penelitian yaitu 2017-2021 dengan menggunakan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia, metode pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan purposive sampling, bab ini juga menjelaskan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan Profil organisasi/perusahaan, hasil analisis data, pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan keterbatasan penelitian ini dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

