

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir ini, isu tentang CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia telah menjadi isu yang sering dibicarakan dalam berbagai kesempatan. Semakin banyak seminar atau diskusi yang dilakukan untuk membahas hal ini. Apalagi dengan semakin seringnya terjadi permasalahan yang berkaitan dengan CSR, salah satunya adalah peristiwa banjir lumpur di Sidoarjo yang melibatkan salah satu perusahaan nasional. Peristiwa lumpur di Sidoarjo menunjukkan betapa lemahnya pelaksanaan CSR di Indonesia. Dapat dilihat betapa masyarakat dirugikan dengan kehilangan penghasilan, harta benda dan juga harus meninggalkan tempat tinggal. Tidak saja masyarakat, negara juga ikut menanggung kerugian yang sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari pengalokasian dana APBN dalam penanggulangan banjir lumpur di Sidoarjo.

Banyak perusahaan yang berdiri saat ini dengan tujuan untuk memaksimalkan laba tanpa memperhatikan dampak dari setiap aktivitas bisnisnya telah mengakibatkan ketidak seimbangan di lingkungan perusahaan. Perusahaan cenderung memihak pada kepentingan pemilik modal (*shareholder*) dengan memaksimalkan penggunaan sumber daya alam yang ada tanpa memperhitungkan dampak dari aktivitas bisnis tersebut. Sama seperti yang dikatakan oleh akuntansi konvensional bahwa pemilik modal adalah pihak yang paling berkuasa dalam aktivitas bisnis.

Dalam penelitian ini diambil contoh perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah seperti kerusakan lingkungan, polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja, hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur paling banyak berinteraksi langsung dengan sumber daya alam, dapat dilihat dari hasil kegiatan operasionalnya perusahaan manufaktur akan menghasilkan limbah produksi dan menimbulkan pencemaran lingkungan. Pada perusahaan pertambangan hasil kegiatan operasionalnya akan menyebabkan kerusakan lingkungan.

Dewasa ini, kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR dalam suatu perusahaan menjadi tren seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial. Perusahaan menyadari bahwa untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya, tidak bisa hanya berfokus pada kepentingan ekonomi saja yaitu untuk mendapatkan laba. Perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan dan bertanggung jawab kepada *shareholder* dan *stakeholder* yang ikut andil dalam kegiatan operasional perusahaan.

CSR perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, investor, pemerintah, *supplier*, bahkan juga kompetitor. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa

bentuk fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), beasiswa dan lain sebagainya.¹

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. *Corporate Social Responsibility (CSR)* timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya selain memberi banyak manfaat tetapi banyak menimbulkan dampak negatif. Dampak negatif tersebut dirasakan oleh masyarakat sekitar yang berada dekat dengan perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang disebut *triple bottom line* (Suhandri M. Putri et.al,2007)²

Seperti kita ketahui banyak kasus pelanggaran CSR. Lembaga Kajian Ekologi dan Konservasi Lahan Basah (*Ecolon*) mendatangi Kantor Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Sidoarjo untuk melaporkan dugaan pelanggaran lingkungan yang dilakukan oleh PT Tjiwi Kimia akibat pembuangan limbah yang melebihi baku mutu air limbah. Berawal dari pengaduan masyarakat mulai Januari 2014 terkait pencemaran dan kerusakan sungai, serta dari pemantauan sejak

¹ Mas Achmad Daniri, "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial perusahaan". Artikel ilmiah Bisnis UNSU hal 8 tahun 2008.

² Suhandri. M Putri.2007

Oktober 2013 terhadap outlet buangan PT Tjiwi Kimia, Tbk. Diduga limbah cair yang dikeluarkan PT Tjiwi Kimia kemungkinan besar sangat berbahaya bagi kehidupan ekosistem air, limbah yang dikeluarkan seperti busa sabun dan kadang mengeluarkan asap seperti air yang mendidih, cairan limbah menimbulkan bau minyak tanah dalam air, bahkan bau minyak tanah ini mempengaruhi bau dan rasa ikan-ikan yang hidup di kanal Mangetam.³

Contoh kasus selanjutnya adalah tragedi “Lumpur Lapindo” yang terjadi pada tanggal 27 Mei 2006. Peristiwa ini menjadi suatu tragedi ketika banjir lumpur panas mulai menggenangi areal persawahan, pemukiman penduduk dan kawasan industri. Volume lumpur diperkirakan 5.000 hingga 50 ribu meter kubik perhari (setara dengan muatan 690 truk peti kemas berukuran besar). Akibatnya, semburan lumpur ini membawa dampak luar biasa bagi masyarakat sekitar maupun aktivitas perekonomian Jawa Timur : genangan hingga 6 meter pada pemukiman , total warga yang dievakuasi lebih dari 8.200 jiwa; rumah/tempat tinggal yang rusak sebanyak 1.683 unit; areal pertanian dan perkebunan rusak hingga lebih dari 200 Ha; lebih dari 15 pabrik yang tergenangi menghentikan aktivitas produksi dan merumahkan lebih dari 1.837 orang; tidak berfungsinya sarana pendidikan; kerusakan lingkungan wilayah yang tergenangi; rusaknya sarana dan prasarana infrastruktur (jaringan listrik dan telepon); terhambatnya ruas jalan tol Malang – Surabaya yang berakibat pula terhadap aktivitas produksi di kawasan Ngoro

³ <http://gurindam12.co/2014/02/25/tjiwi-kimia-sinar-mas-group-cemari-kali-brantas/> diakses tanggal 06 April 2015

(Mojokerto) dan Pasuruan yang selama ini merupakan salah satu kawasan industri utama di Jawa Timur. Selain perusakan lingkungan dan gangguan kesehatan, dampak sosial banjir lumpur tidak bisa dipandang remeh. Setelah lebih dari 100 hari tidak menunjukkan perbaikan kondisi, baik menyangkut kepedulian pemerintah, terganggunya pendidikan dan sumber penghasilan, ketidakpastian penyelesaian dan tekanan psikis yang bertubi-tubi, krisis sosial mulai mengemuka. Perpecahan warga muncul menyangkut biaya ganti rugi, teori konspirasi penyuaipan oleh Lapindo dll. ⁴

Contoh kasus pelanggaran CSR lainnya yang terjadi pada sektor pertambangan adalah PT Freeport Indonesia salah satu perusahaan tambang terbesar di Indonesia yang berlokasi di Papua, yang memulai operasinya sejak tahun 1969, sampai saat ini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi (Wibisono:2007)⁵. Kasus pencemaran Teluk Buyat, yaitu pembuangan tailing ke dasar laut yang mengakibatkan tercemarnya laut sehingga berkurangnya tangkapan ikan dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat lokal akibat operasional PT Newmon Minahasa Raya (NMR) tidak hanya menjadi masalah nasional melainkan internasional (leimona, Fauzi:2008)⁶. Begitupula konflik hingga tindak kekerasan

⁴ <https://agorsiloku.wordpress.com/2006/10/11/tragedi-lumpur-lapindo/diakses> tanggal 21 April 2015

⁵ Wibisono.2007. "Membedah Konsep dan Aplikasi *Corporate Social Responsibility*" Surabaya: Media Grapka

⁶ Leimona, Beria, & Fauzi, Aunul. 2008. "CSR dan Pelestarian Lingkungan Mengelola Dampak:Positif dan Negatif". Jakarta,IBL.

terjadi akibat pencemaran lingkungan dan masalah sosial terkait operasional PT Caltex Pasific Indonesia (CPI) di wilayah Duri Provinsi Riau, dimana masyarakat menuntut kompensasi hingga tingkat DPR pusat terkait dampak negatif operasional perusahaan tersebut terhadap kondisi ekonomi, kesehatan dan lingkungan yang semakin memburuk (Mulyadi:2003)⁷

Selain pelanggaran CSR dalam konteks AMDAL ada juga pelanggaran HAM seperti yang dilakukan oleh PT Freeport Indonesia. PT Freeport Indonesia merupakan jenis perusahaan multinasional (MNC), yaitu perusahaan internasional atau transnasional yang berpusat di satu negara tetapi cabang ada di berbagai negara maju dan berkembang.

Mogoknya hampir seluruh pekerja PT Freeport Indonesia disebabkan karena perbedaan indeks standar gaji yang diterapkan oleh manajemen pada operasional Freeport diseluruh dunia. Pekerja Freeport di Indonesia diketahui mendapatkan gaji lebih rendah dari pada pekerja Freeport di negara lain untuk level jabatan yang sama. Gaji sekarang perjam USD 1.5-USD 3. Padahal, dibandingkan gaji di negara lain mencapai USD 15-USD 35 perjam. Sejauh ini, perundingannya masih menemui jalan buntu. Manajemen Freeport bersikeras menolak tuntutan pekerja, entah apa dasar pertimbangannya.

Biaya CSR kepada sedikit rakyat Papua digembor-gemborkan itu pun tidak seberapa karena tidak mencapai 1 persen keuntungan bersih PT FI. Malah

⁷ Mulyadi.2003. 'Ekonomi Sumber Daya Manusia-Dalam Perspektif Pembangunan'. PT.Rajagrafindo Persada.jakarta.

rakyat Papua membayar lebih mahal karena harus menanggung akibat berupa kerusakan alam serta punahnya habitat Papua yang tidak ternilai itu. Biaya reklamasi tersebut tidak akan bisa ditanggung generasi Papua sampai tujuh turunan.

Umumnya korporasi berasal dari AS, pekerja adalah bagian dari aset perusahaan. Menjaga hubungan baik dengan pekerja adalah suatu keharusan. Sebab, di situlah terjadi hubungan mutualisme satu dengan yang lain. Perusahaan membutuhkan dedikasi dan loyalitas agar produksi semakin baik, sementara pekerja membutuhkan komitmen manajemen dalam hal pemberian gaji yang layak.⁸

Undang-undang telah mengatur pelaksanaan CSR dengan menerbitkan Undang-undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas menyatakan:

- 1) Perseroan terbatas menjalankan kegiatan usahanya dibidang 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.

⁸ <http://megapitriani06.blogspot.com/2013/10/ccontoh-perusahaan-yang-melanggar-etika.html>

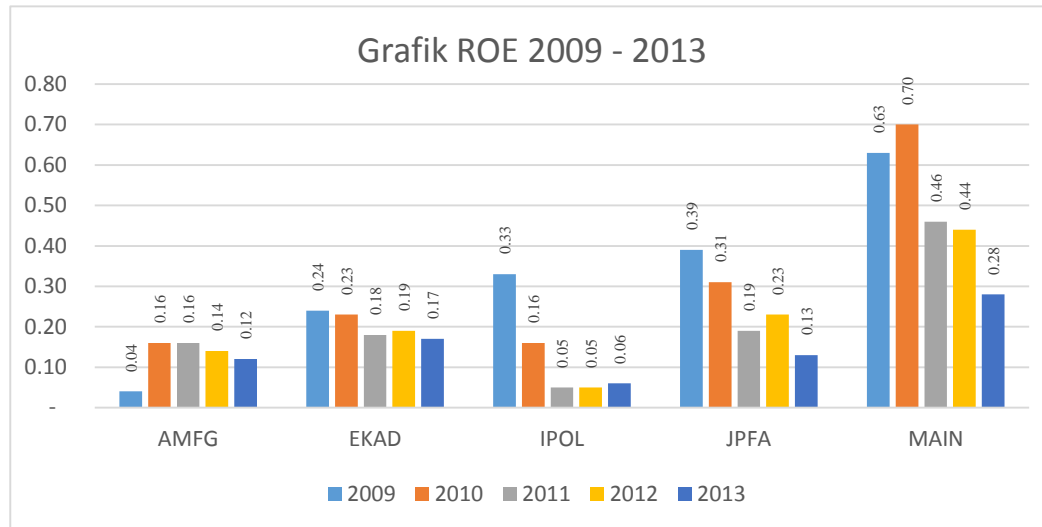
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dalam peraturan pemerintah.⁹

Selain UU No.40 tahun 2007, juga terdapat Undang-Undang NO. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal pasal 15 juga menyatakan bahwa: “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan” dan Undang-Undang No. 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan hidup.

Annual Report digunakan sebagai salah satu media untuk mengungkapkan penerapan tanggung jawab perusahaan. *Annual Report* merupakan sarana komunikasi perusahaan dengan pihak eksternal. Telah dianjurkan dalam PSAK NO.1 tahun 2009 paragraf 9 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung Jawab atas Laporan Keuangan dinyatakan bahwa: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting

⁹ www.hukumonline.com diakses tanggal 06 April 2015

dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”



Gambar 1.1 Grafik ROE 2009 – 2013 (BEI data setelah diolah)

Dalam grafik diatas dapat dilihat bahwa kondisi ROE pada beberapa perusahaan mnaufaktur periode 2009 -2014 cenderung menurun dapat dilihat pada perusahaan MAIN (PT Malindo Feedmill, Tbk) terjadi penurunan yang signifikan pada tahun 2012 – 2013 sebesar 0,16. Dan juga pada perusahaan JPFA (PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk) terjadi penurunan sebesar 0,10 pada tahun 2012 – 2013. Pada perusahaan IPOL (Indopoly Swakarsa Industry)terjadi penurunan drastis antara tahun 2009 – 2010 yaitu sebesar 0,17. Hal ini dapat mempengaruhi penilaian investor dan permintaan akan saham pada perusahaan tersebut yang akan berakibat turunnya harga saham.

Dalam hal *profitabilitas* menurut Sudarmadji dan Suharto (2007) dimana dikatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan

melakukan pengungkapan yang lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu¹⁰. Menurut penelitian Sari dan Kholisoh (2009)¹¹ menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Sitepu dan Hasan (2009) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan¹². Menurut Simanjuntak dan Widiastuti (2004)¹³, juga membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab perusahaan.

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return on Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Dimana *Return on Equity* adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham biasa (Brigham dan Houston, 2001)¹⁴

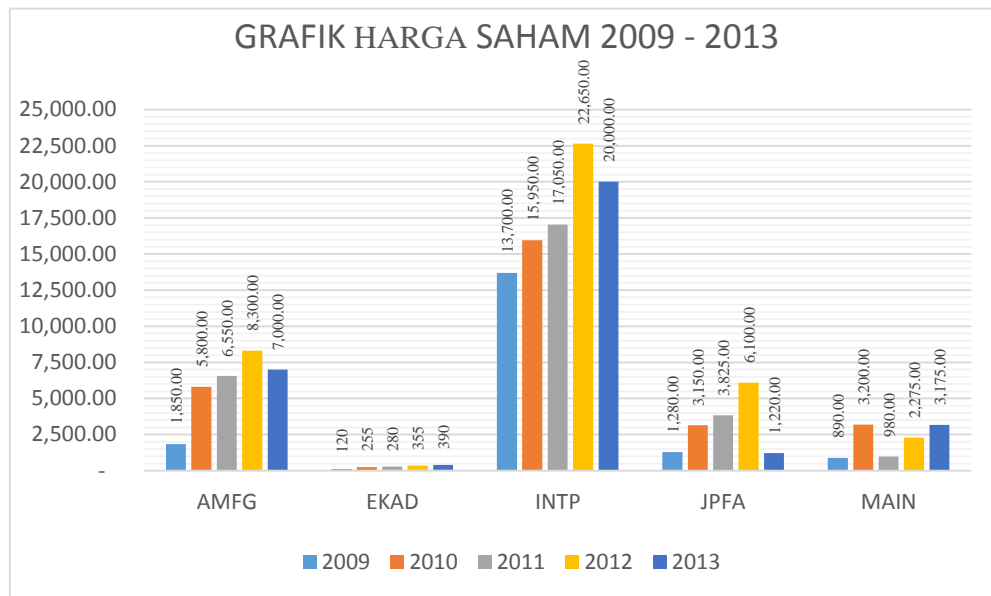
¹⁰ Sudarmaji dan Suharto (2007). Jurnal Pembangunan berkelanjutan, Lingkungan Hidup dan Otonomi daerah

¹¹ Sari dan Kholisoh (2009). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur". *Journal of Accounting*.

¹² Sitepu, A.C. (2009). "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *Journal of Accounting*. Diakses tanggal 22/08/2012. 10.39.

¹³ Simanjuntak, Binsar dan Widiastuti, Lusy, 2004. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol 7 No.3 351-356

¹⁴ Brigham, Eugene dan Houston Joel. 2001. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga



Gambar 1.2 Grafik Harga Saham 2009 – 2013
(sumber : www.yahoo.finance.com)

Pada grafik diatas dapat dilihat cenderung tidak stabil pada beberapa perusahaan manufaktur. Terjadi kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan. Sebagai contoh pada perusahaan JPFA (PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk) terjadi kenaikan antara tahun 2009 – 2012 sebesar 4.980 dan terjadi penurunan antara tahun 2012-2013 sebesar 4.880. Hal ini disebabkan karena turunnya permintaan investor terhadap saham perusahaan tersebut menurun. Begitu pula pada perusahaan INTP (PT Indocement Tunggul Perkasa, Tbk) terjadi penurunan harga saham pada tahun 2012 -2013 sebesar 2.000, meskipun tidak sebesar pada perusahaan JPFA (PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk) namun hal ini mengindikasikan saham pada perusahaan tersebut kurang dimininati oleh investor pada tahun bersangkutan.

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan semakin diminati oleh investor. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan apabila dilaksanakan secara berkelanjutan. Untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Dan pada akhirnya biaya tersebut akan menjadi beban yang mengurangi pendapat sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen akan semakin tinggi.

Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang relative lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga akan semakin meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial dilingkungan sekitarnya¹⁵

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin tinggi kemakmuran pemegang saham (Nurlela dan Islahudin.2008)¹⁶. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga

¹⁵Bambang Rudito dan MELia Famiola , *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial perusahaan* (Bandung : Rekayasa Sains hal 138 2007

¹⁶ Nurlela, Rika dan Islahudin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*. Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak.

hutang yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas (Koewn, 2004)¹⁷. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar saham (wahyudi dan Pawestri, 2006)¹⁸.

Kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya peningkatan kemakmuran pemegang saham membuat investor berkepentingan dengan analisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dalam menghasilkan keuntungan. Bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham.

Dengan adanya berbagai peraturan, maka perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat. Perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan suatu pertanggung jawaban sosial terhadap pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yaitu *stakeholder*. Dengan demikian terjadi hubungan timbal balik yang saling sinergis antara perusahaan dan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, serta dapat mengurangi konflik kepentingan yang terjadi antara principal dan agen.

¹⁷ Keown, Artur J,dkk. 2004. *Manajemen Keuangan Jilid 1*. Indeks: Jakarta.

¹⁸ Wahyudi, U. dan Pawestri, H. P. 2006. *Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening*. Kumpulan Makalah SNA IX.

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2010: 87 dalam Rizkia 2012)¹⁹.

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O' Donovan (2002) dalam Nor Hadi (2010: 87)²⁰ berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan hidup (*going concern*).

Setiap perusahaan memiliki cara pandang yang berbeda terhadap CSR, dan cara pandang inilah yang bisa dijadikan indikator kesungguhan perusahaan tersebut dalam melaksanakan CSR atau hanya sekedar membuat pencitraan di masyarakat. Setidaknya terdapat tiga kategori paradigma perusahaan dalam menerapkan program CSR menurut Wibosono (2007:73), diantaranya:

Pertama, Sekedar basa basi dan keterpaksaan, artinya CSR dipraktikkan lebih karena faktor eksternal, baik karena mengandalkan aspek sosial (*Social*

¹⁹ Rizkia Anggita Sari, 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." Universitas Negeri Yogyakarta.

²⁰ Nor Hadi. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu

driven) maupun mengendalikan aspek lingkungan (*environmental driven*). Artinya pemenuhan tanggungjawab sosial lebih karena keterpaksaan akibat tuntutan daripada kesukarelaan. Berikutnya adalah mengendalikan reputasi (*reputation driven*), yaitu motivasi pelaksanaan CSR untuk mendongkrak citra perusahaan. Banyak korporasi yang sengaja berupaya mendongkrak citra dengan memanfaatkan bencana alam seperti memberi bantuan uang, sembako, medis dan sebagainya, yang kemudian perusahaan berlomba menginformasikan kontribusinya melalui media massa. Tujuannya adalah untuk mengangkat reputasi.

Kedua, sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*Compliance*). CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum, dan aturan yang memaksanya. Misalnya karena ada kendali dalam aspek pasar (*market driven*). Selain *market driven* yang sanggup memaksa perusahaan untuk mempraktekan CSR adalah adanya penghargaan-penghargaan (*reward*) yang diberikan oleh segenap institusi atau lembaga. Misalnya CSR award baik yang regional maupun global, Padma (Pandu Daya Masyarakat) yang digelar oleh Depsos, dan PROPER (Program Perangkat Kinerja Perusahaan) yang dihelat oleh kementerian Lingkungan Hidup.

Ketiga, Bukan sekedar kewajiban (*Compliance*), tapi lebih dari sekedar kewajiban (*beyond compliance*) atau (*compliance plus*). Diimplementasikan karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*). Dasar

pemikirannya menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak akan menjamin perusahaan tumbuh secara berkelanjutan.²¹

Dalam setiap perusahaan terdapat perbedaan pengungkapan CSR. Perbedaan tersebut disebabkan oleh karakteristik yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan tersebut. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Theodora Martina Veronica, 2009).²²

Peneliti tertarik untuk menguji pengaruh profitabilitas yang di proksikan dengan *ROE (Return On Equity)* terhadap pengungkapan CSR. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah proksi yang digunakan untuk mengukur profitabilitas, tahun penelitian dan beberapa *variable independen* yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini mengambil judul “ **PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS SERTA NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2009-2014**”.

²¹ Ramatullah & Syukur S. Apriwiyanto Best Pratices Kemitraan CSR Antara Pemerintah, Perusahaan dan LSM hal 8-10

²² Theodora Martina Veronica, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap pengungkapan Tanggungjawab sosial Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, Jurnal Akuntansi, Universitas Gunadarma, 2009

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Banyak terjadi pelanggaran *Corporate Social Reponsibility*.
2. *Return On Equity (ROE)* antar tahun menurun.
3. Masih kurangnya kesadaran perusahaan untuk melaksanakan program *Corporate Social Reponsibility*.
4. Semakin banyak masalah kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan manufaktur.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi diatas, penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya membahas sebatas pengaruh profitabilitas, yang diproksikan dengan rasio laba bersih (ROE).
2. Peneliti membahas hanya terbatas pada pengaruh *Corporate Social Responsibility*, berdasarkan indeks perhitungan.
3. Peneliti membatasi penelitian ini hanya sebatas variabel Profitabilitas, pengungkapan *Corpotare Social Responsibility*, dan nilai perusahaan (Tobin's Q).
4. Peneliti membatasi obyek penelitian hanya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009 – 2014.

C. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity (ROE)* ?
2. Apakah *Return On Equity (ROE)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas (*ROE*) merupakan variabel mediasi antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan nilai perusahaan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap hal-hal tersebut diatas, antara lain :

1. Untuk mengkaji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Return On Equity (ROE)* pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009 – 2014.
2. Untuk mengkaji pengaruh *Return On Equity (ROE)* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009 – 2014

3. Untuk mengkaji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di BEI tahun 2009 -2014.
4. Untuk mengkaji pengaruh profitabilitas (ROE) sebagai variabel mediasi antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan nilai perusahaan.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca sehingga lebih memahami peranan masing-masing dalam suatu perusahaan. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti,

Penelitian ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang Profitabilitas, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan dengan segala permasalahan yang ada didalamnya, serta cara penyelesaiannya.

2. Manajemen perusahaan,

Dapat digunakan untuk mengetahui kemajuan kinerja perusahaan melalui nilai perusahaan.

3. Perusahaan yang sejenis,

Dapat menyumbangkan pemikiran pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* di dalam laporan yang disebut dengan *sustainability reporting*.

4. Investor,

Dapat memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik dengan mempertimbangkan aspek profitabilitas dan *corporate social responsibility* sehingga dapat memberikan keputusan yang tepat untuk berinvestasi.

5. Akademisi,

Diharapkan akan menambah pengetahuan dan referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan yang dilakukan dalam skripsi ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dibahas mengenai landasan teori yaitu dasar-dasar permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, Penelitian terdahulu yang dijadikan dasar dalam penelitian ini, kerangka pemikiran yang menjelaskan hubungan antar variable, pengembangan hipotesis, yaitu dengan cara mengamsumsikan hasil hipotesis tersebut.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini mencakup variable penelitian yang menjelaskan seputar penggunaan variabel – variabel penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data teknik pengumpulan data, metode analisis yang mencakup uji asumsi klasik.

BAB IV : TINJAUAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai tempat penelitian yang dilakukan yaitu, Perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dimana akan di ambil beberapa sampel perusahaan tersebut untuk dijadikan bahan dalam penelitian ini.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang deskripsi obyek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil yang didasarkan pada hasil analisis data.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menyajikan kesimpulan dari penelitian berupa penjelasan secara singkat, dan dari kesimpulan yang di dapat diperoleh saran – saran yang bermanfaat bagi kinerja perusahaan di masa yang akan datang.