

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi ditandai dengan banyaknya dunia bisnis yang mulai mengembangkan usahanya, hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan pesaing yang bermunculan dengan berbagai keunggulannya masing-masing. Perusahaan merupakan suatu organisasi yang terdiri atas sekelompok orang yang bekerja secara bersama-sama untuk mencapai tujuan. Mardi, dkk(2019) menjelaskan bahwa perusahaan sebagai suatu entitas ekonomi, umumnya memiliki tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memperoleh laba secara maksimal, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kusumayanti dan Astika (2016) menyatakan bahwa peningkatan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan cerminan dari baik buruknya kinerja perusahaan, yang tentu saja akan memengaruhi pandangan investor pada perusahaan.

Rosyta (2016) juga menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat memaksimalkan kepercayaan terhadap pasar, hal tersebut agar tidak hanya melihat terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada pandangan perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi, maka dianggap dapat mensejahterahkan para pemegang saham. Menilai suatu perusahaan tentu bukan merupakan hal yang mudah bagi para

stakeholders(pemangku kepentingan) khususnya pada perusahaan yang masuk dalam kategori *Indonesia's Most Admired Companies*, apalagi yang dinilai tidak hanya memberi keuntungan saat ini tetapi juga di masa mendatang. *Frontier Group* melakukan pengukuran pada perusahaan-perusahaan yang dinilai memiliki citra perusahaan yang baik dengan memberi penghargaan sebagai kategori *Indonesia's Most Admired Companies*. Survei ini dilakukan terhadap empat kelompok responden, yaitu manajemen/pelaku bisnis, investor, jurnalis, dan masyarakat publik (<https://marketing.co.id>).

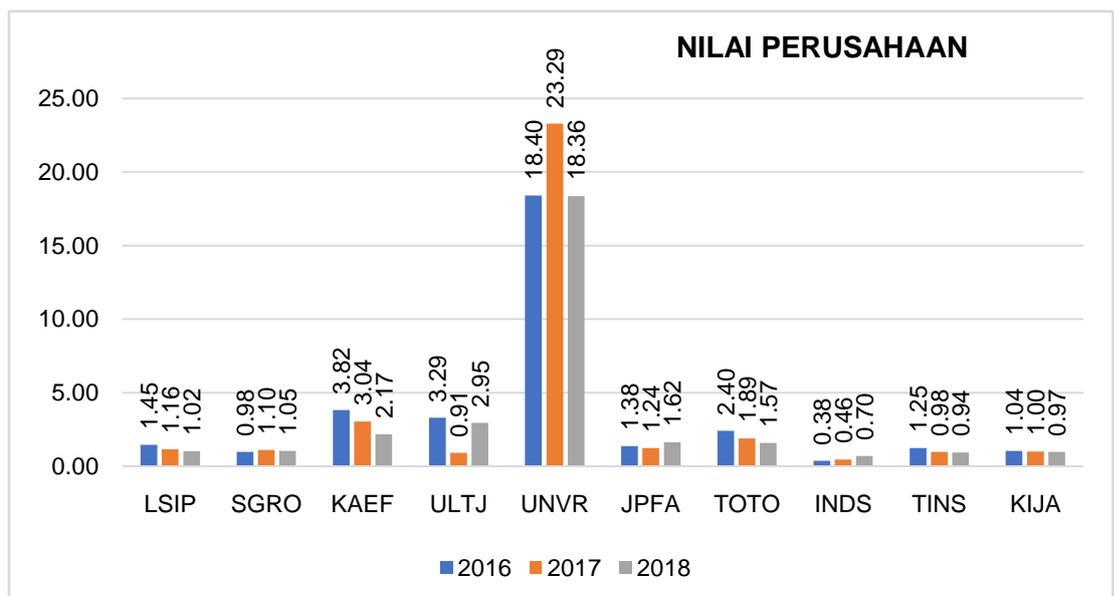
Pada sebuah kasus yang masih hangat diperbincangkan oleh publik adalah kebakaran hutan dan lahan (karhutla) tengah melanda Pulau Kalimantan dan Sumatera. Data Badan Nasional Penanggulangan Bencana menyebutkan titik panas masih terdeteksi di enam provinsi dengan total seluruh luas lahan di Indonesia yang terbakar sekitar 328.724 ha terhitung Januari-Agustus 2019, sebelumnya pada 2015 karhutla juga memicu asap pekat hingga turut dirasakan di Malaysia dan Singapura tercatat sebanyak 2,6 juta ha hutan dan lahan terbakar dengan 120 ribu titik api sejak Juni-Oktober 2015, tak hanya membakar tanaman di lahan hutan, saham PT. Sampoerna Agro Tbk yang merupakan kategori *Indonesia's Most Admired Companies* juga ikut terbakar oleh masalah itu dengan penurunan saham 0,90 persen dalam sepekan.

National Sago Prima yang merupakan anak perusahaan PT. Sampoerna Agro Tbk juga menyumbang kebakaran lahan seluas 3.000 ha. MA akhirnya mengabulkan tuntutan kompensasi Kementerian

Lingkungan Hidup dan Kehutanan sebesar Rp1,07 triliun(<https://www.cnnindonesia.com/>, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut, pemilik ataupun calon pemilik nilai perusahaan ini sangat diperhatikan karena dapat membuktikan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan tanggung jawab perusahaan di mata pemiliknya. Menurut Wijaya (2018) nilai perusahaan mempunyai sebuah pengukuran diantaranya *Price to Book Value* (PBV), *Market to Book Value* (MBV), *Price Earnings Ratio* (PER), *Price to Cash Flow Ratio* (PCF), *Free Cash Flow* (CFC), dan *Tobin's Q*.Wijaya (2018) juga menjelaskan bahwa *Tobin's Q* termasuk topik penting di dalam rancangan perhitungan bisnis dan menjadi berita yang menarik bagi para investor.

Berikut ini merupakan nilai perusahaan dengan perhitungan *Tobin's Q* dari beberapa perusahaan yang masuk dalam kategori *Indonesia's Most Admired Companies*:



Sumber: Lampiran 1

Gambar 1.1
Grafik Nilai Perusahaan melalui Perhitungan *Tobin's Q*

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa nilai perusahaan mengalami fluktuasi. Beberapa perusahaan mengalami perubahan nilai perusahaan setiap tahunnya. Misalnya, pada PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP) yang memiliki nilai perusahaan sebesar 1,45 pada tahun 2016 namun mengalami penurunan pada tahun 2016 dan 2017 yaitu 1,16 dan 1,02. Berbeda halnya dengan PT. Sampoerna Agro Tbk (SGRO) yakni mengalami kenaikan pada tahun 2017 sebesar 1,10 namun sedikit mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar 1,05.

Nilai perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2017 sangatlah tinggi dibanding dengan perusahaan yang ditampilkan pada grafik tersebut, yakni sebesar 23,29 inilah yang menjadi fakta bahwasanya PT. Unilever Indonesia Tbk memiliki nilai perusahaan yang tinggi dalam kategori *Indonesia's Most Admired Companies*, namun pada tahun 2018 tidak bisa mempertahankan angka tersebut dan mengalami penurunan yang cukup tinggi yakni sebesar 18,36. Berbeda halnya dengan pesaingnya yakni PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ) meski tidaklah sangat tinggi seperti PT. Unilever Indonesia Tbk tetapi nilai perusahaan yang dimiliki pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 2,95 dari sebelumnya pada tahun 2017 sebesar 0,91.

Menurut Auliya (2018) fenomena yang dapat diamati dalam fluktuasi nilai perusahaan tersebut yakni adanya masalah dalam laporan keuangan terutama mengenai tata kelola perusahaan yang kurang baik, dimana *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan kinerja lingkungan merupakan faktor yang menunjukkan baik atau tidaknya tata kelola

perusahaan tersebut. Wijaya (2018) juga menjelaskan faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan ialah kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola perusahaan terutama pada individualnya, hal ini karena setiap operasional perusahaan melibatkan kualitas daripada sumber daya salah satunya yakni manusia.

Rosyta (2016) menyatakan bahwa peningkatan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan memunculkan kesadaran perusahaan dalam mengembangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai respon atas tindakan suatu perusahaan yang telah merugikan dan menimbulkan dampak negatif terhadap masyarakat maupun lingkungan sekitarnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Corporate Social Responsibility (CSR) berasal dari pemikiran konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang dikemukakan oleh Elkington (1998) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mencakup tiga dimensi yaitu: mencapai keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam atau bumi (*planet*). Saat ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi bersifat sukarela yang dilakukan setiap perusahaan melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban perusahaan untuk menerapkannya. Hal tersebut ditandai dengan lahirnya Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Namun faktanya masih ada gambaran fenomena kegagalan *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini di Indonesia yaitu Kebakaran hutan dan lahan (karhutla) meluas di Kalimantan dan Sumatera yang sudah dijelaskan di atas.

Menurut Badarudin dan Wuryani (2018) fenomena kegagalan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat disebabkan karena Sumber Daya Manusia, hal ini ditunjukkan dengan lemahnya pengendalian *Intellectual Capital*. Jika perusahaan mampu menerapkan *Intellectual Capital* dengan baik mungkin akan dapat mencegah kegagalan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal itu didukung oleh Wijaya (2018) bahwa pernyataan tersebut berangkat dari teori *ResourceBased View*, dimana perusahaan akan unggul dalam persaingan usaha dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik dengan cara memiliki, menguasai, dan memanfaatkan aset berwujud dan tidak berwujud.

Para pelaku bisnis mulai menyadari bahwa dalam bersaing dengan perusahaan lainnya tidak hanya mengandalkan aset berwujud saja, tetapi juga harus memerhatikan aset tidak berwujud yang menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Pendapat ini didukung oleh Wijaya (2018) bahwa suatu perusahaan semakin menitik beratkan akan kegunaan aset pengetahuan sebagai salah satu aset tak berwujud.

Menurut Garniwa (2016) *Intellectual Capital* merupakan modal intelektual yang modal utamanya berasal dari pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu organisasi, termasuk keterampilan dan keahlian karyawan di dalamnya, serta teknologi atau proses pentransformasian pengetahuan tersebut sehingga dapat berwujud aset intelektual yang akan membentuk modal lainnya yang bernilai tinggi dan dapat menciptakan nilai bagi sebuah perusahaan. Konsep modal intelektual yang dikembangkan oleh Pulic (1998) dapat diukur

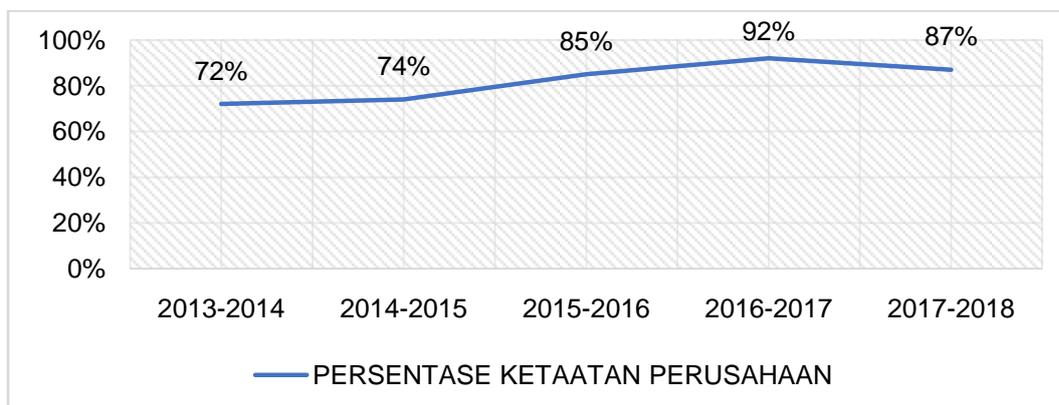
menggunakan model yang berasal dari penciptaan nilai tambah, model ini yaitu *Value Added Intellectual Coefficient-VAIC*. Dilihat dari sumber daya perusahaan, aspek dari VAIC terdiri dari *human capital (Value Added Human Capital—VAHU)*, *structural capital (Structural Capital Value Added—STVA)* dan *physical capital (Value Added Capital Employee—VACA)*.

Banyak penelitian yang mencoba meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Puspitasari dan Ermayanti (2019) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian Randa dan Solon (2012) membuktikan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan hal ini menjelaskan bahwa modal intelektual yang dimiliki oleh perusahaan mempengaruhi upaya perusahaan menciptakan nilai yang lebih baik. Penelitian Badarudin dan Wuryani (2018) membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berbeda halnya dengan penelitian dari Ramona (2017), yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besar kecilnya luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, tidak dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Karena sebagian besar perusahaan hanya berfokus pada faktor keuangan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, masih terdapat ketidak konsistenan dari hasil penelitian terdahulu. Pendapat ini didukung oleh penelitian MORI di London yang menemukan bahwa 47 persen responden yakin bahwa perusahaan tidak merespons perhatian masyarakat mengenai isu-isu sosial dan lingkungan. Chang, et al (2019) membuktikan bahwa dari 40 negara yang menerapkan CSR, 23 negara yang positif dan signifikan memengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berlawanan ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti kembali hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan menambahkan variabel moderasi yang merupakan faktor lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu kinerja lingkungan.

Dukungan pelaksanaan kinerja lingkungan suatu perusahaan di Indonesia yaitu Kementerian Lingkungan Hidup pada tahun 2002 memunculkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang merupakan salah satu upaya untuk mendorong penerapan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan. PROPER dibagi menjadi 5 peringkat yaitu: Emas, Hijau, Biru, Merah, dan Hitam (<http://www.menlhk.go.id/>, 2018)



Sumber: <http://ppid.menlhk.go.id>

Gambar 1.2
Tren Ketaatan Perusahaan PROPER Tahun 2013-2018

Berdasarkan Gambar 1.2 tingkat ketaatan perusahaan pada Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) mulai periode 2013-2017 mengalami kenaikan, namun pada periode 2017-2018 tingkat ketaatan perusahaan mengalami penurunan dari 92% menjadi 87%. Berdasarkan evaluasi tim teknis dan pertimbangan PROPER, selain peringkat Emas dan Hijau ditetapkan peraih peringkat Biru 1.454 perusahaan, Merah 241 perusahaan, dan Hitam 2 perusahaan. Peringkat Biru merupakan peringkat yang sangatlah tinggi diraih oleh perusahaan yakni sebanyak 1.454 perusahaan yang meraih peringkat Biru. Perusahaan yang meraih peringkat Biru merupakan perusahaan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Alasan peneliti menggunakan kinerja lingkungan sebagai variabel moderasi karena pada penelitian sebelumnya menggunakan kinerja lingkungan sebagai variabel independen yang secara langsung

memengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Pada penelitian Kurnia dan Wirasedana (2018) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian tersebut tidak konsisten dengan hasil penelitian Tjahjono (2013) yang membuktikan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kinerja lingkungan diduga sebagai variabel moderasi dapat memperkuat atau bahkan dapat memperlemah *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Menurut Putri (2017) kinerja lingkungan merujuk pada tingkat kerusakan lingkungan hidup yang disebabkan oleh kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Tingkat kerusakan lingkungan yang lebih rendah menunjukkan kinerja lingkungan perusahaan yang lebih baik. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi tingkat kerusakan lingkungannya semakin buruk kinerja lingkungan perusahaan.

Pelaksanaan suatu bisnis tidak hanya memperhatikan faktor finansial tetapi juga harus memperhatikan faktor non finansial agar bermanfaat bagi masyarakat dan bumi ini akibat dampak negatif yang ditimbulkan apalagi perusahaan yang masuk dalam kategori *Indonesia's Most Admired Companies* yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan pada 4 dimensi dasar: kualitas, kinerja, tanggung jawab, dan daya tarik.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka penelitian ini mengangkat judul: **PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,**

INTELLECTUAL CAPITAL, DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian adalah pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai faktor non finansial suatu bisnis dimoderasi dengan kinerja lingkungan dan pengaruh *intellectual capital* yang merupakan aset tak berwujud meliputi aspek *human capital*, *structural capital*, dan *physical capital* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam kategori *Indonesia's Most Admired Companies* dan mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER).

Berdasarkan permasalahan tersebut, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh pengungkapan *Intellectual Capital* dari aspek *Human Capital* terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh pengungkapan *Intellectual Capital* dari aspek *Structural Capital* terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh pengungkapan *Intellectual Capital* dari aspek *Physical Capital* terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah Kinerja Lingkungan dapat memoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Intellectual Capital* dari aspek *Human Capital* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Intellectual Capital* dari aspek *Structural Capital* terhadap Nilai Perusahaan.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Intellectual Capital* dari aspek *Physical Capital* terhadap Nilai Perusahaan.
5. Menguji dan menganalisis Kinerja Lingkungan dalam memoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi tambahan bukti empiris pada pengembangan ilmu akuntansi dalam bidang bisnis, khususnya mengenai *Triple Bottom Line* sebagai konsep *Corporate Social Responsibility* dan *Resource Based View* sebagai konsep *intellectual capital*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan memberikan sumbangan gagasan sebagai pertimbangan

perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis, dalam melakukan atau menjalankan suatu bisnis tidak hanya memperhatikan faktor finansial tetapi juga harus memperhatikan faktor non finansial agar bermanfaat bagi masyarakat dan bumi ini akibat dampak negatif yang ditimbulkan.