

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Nilai perusahaan yang maksimal penting artinya bagi suatu perusahaan, dengan nilai perusahaan yang maksimal meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan salah satu tujuan utama perusahaan. *Enterprise Value* (EV) atau disebut juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) adalah suatu konsep yang penting bagi investor, karena hal tersebut sebagai tolak ukur bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan (Agustine, 2014). Perkembangan perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dengan meningkatkan nilai perusahaan.

Upaya memaksimalkan nilai perusahaan dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan dengan mengaplikasikan faktor-faktor untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Martono, 2010 dalam Tjahjono, 2013). Faktor internal menggunakan dasar akrual memungkinkan melakukan rekayasa laba untuk menaikkan atau menurunkan angka akrual dalam laporan laba rugi sedangkan faktor eksternal, pihak manajemen perusahaan akan berupaya melakukan hal – hal yang berkaitan dengan pihak luar seperti masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Kesadaran perusahaan tentang pentingnya tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sekitar telah banyak dijumpai beberapa tahun terakhir ini. Pelaku bisnis semakin sadar bahwa kelangsungan hidup perusahaan sangat tergantung pada hubungan perusahaan termasuk aktivitas operasi perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar. Penerapan tanggung jawab sosial dan lingkungan diharapkan memperoleh

legitimasi sosial atau pengakuan sosial, meningkatkan serta mempertahankan nilai perusahaan, dan memaksimalkan kekuatan keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

Tanggung jawab yang akan dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan kata lain perusahaan dapat menyamakan antara tujuan ekonomi dengan tujuan lingkungan dan sosialnya agar diterima masyarakat (*society*). Banyak perusahaan yang berusaha meminimalkan dampak lingkungan yang timbul akibat bisnis yang dilakukannya. Salah satunya yaitu sekarang perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan CSR dengan berbagai cara. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah gagasan perusahaan yang harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah ekonomi, sosial dan lingkungan (Dewi, 2014). *Triple bottom line reporting* merupakan laporan sebuah entitas berisi informasi tentang pelaksanaan kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

CSR merupakan konsep akuntansi baru serta sebuah transparansi yang dilakukan oleh perusahaan mengenai pengungkapan sosial atas aktivitas sosial, dimana transparansi informasi diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan perusahaan, namun diharapkan juga perusahaan mengungkapkan informasi mengenai dampak-dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan (dalam Agustine, 2014). Untuk itu dalam penelitian ini kategori pengungkapan sosial dipilih karena perusahaan lebih banyak melakukan kegiatan – kegiatan sosial guna menambah nilai perusahaan serta sebagai bentuk usaha agar mendapatkan sebuah legitimasi dari lingkungan eksternal perusahaan. Kategori sosial dianggap mewakili seluruh aspek yang terkandung di dalam pengungkapan CSR dilaporan tahunan perusahaan.

Menurut Hariati (2014) berbagai dampak timbul akibat pelaksanaan suatu bisnis yang memaksa perusahaan harus bertanggung jawab seperti dampak lingkungan dan kenyamanan masyarakat sekitar lingkungan aktivitas operasi perusahaan. Dalam upaya mempertahankan minat dan perhatian konsumen serta investor dan membuat *public image*, perusahaan dituntut memberikan pengungkapan minimal sama dengan pesaing atau bahkan melebihi pengungkapan yang dibuat pesaing, semakin tingginya tekanan maka tingkat persaingan yang dihadapi perusahaan akan tinggi. Kompetisi ketat tersebut menuntut adanya pengungkapan serta pertukaran informasi yang memadai.

Secara teori nilai perusahaan dapat ditingkatkan melalui luas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berkategori sosial. Dalam penelitian Handriyani (2013) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun dalam penelitian Agustine (2014) mengungkapkan bahwa Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain luas pengungkapan CSR, dalam penelitian Rustika (2014) mengungkapkan bahwa luas pengungkapan lingkungan juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.. Penelitian Hariati (2014) mengungkapkan bahwa tata kelola perusahaan dan luas pengungkapan lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan hasil dari penelitian terdahulu mengenai pengaruh luas pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Namun untuk luas pengungkapan lingkungan dapat disimpulkan bahwa luas pengungkapan lingkungan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Gagasan *carbon accounting* memberikan dampak luas dalam dunia ekonomi (Shodiq, 2012). Protokol kyoto menyatakan bahwa pemerintah negara-negara yang

sudah diverifikasi, semua jenis perusahaan serta konsumen harus melakukan perubahan sikap dan perilaku menuju ekonomi baru yakni era ekonomi lingkungan (dalam Shodiq, 2012) dinyatakan sebagai *Carbonomics*. Dengan demikian terdapat lompatan logis mengenai hubungan antara luas pengungkapan CSR berkategori sosial, luas pengungkapan lingkungan, dan luas pengungkapan *carbon accounting* dengan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan akan terus dilihat oleh para *stakeholder* dan pengungkapan *carbon accounting* akan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Carbon accounting* merupakan proses pengukuran, pencatatan serta pelaporan emisi karbon yang dihasilkan oleh perusahaan dalam produksinya (Dwijayanti, 2011 dalam Shodiq, 2015). Pelaporan emisi karbon yang dikeluarkan perusahaan secara langsung akan menjadi perhatian khusus oleh para *stakeholder*. Proporsi yang diungkapkan penelitian terdahulu dalam Handriyani (2013), dan Hariati (2014) adalah terdapat pengaruh dari luas pengungkapan CSR dan luas pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan.

Kontradiksi penelitian ini yaitu mengembangkan penelitian – penelitian sebelumnya dengan menambahkan luas pengungkapan *carbon accounting* sebagai variabel independen. Luas pengungkapan *carbon accounting* dikategorikan sebagai suatu pelaporan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut perlu dilakukan mengenai pengaruh luas pengungkapan *carbon accounting* terhadap nilai perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Berlakunya MEA 2015 sudah pasti akan berdampak pada dunia ekonomi dimana perusahaan – perusahaan akan berpikir keras untuk terus berkembang diantara

persaingan global. Nilai perusahaan akan terus dilihat oleh para stakeholder terutama untuk menarik investor - investor. Perusahaan akan berusaha terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat untuk memenuhi tanggung jawabnya dan menjaga citra maupun nilai perusahaan.

Penelitian – penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu luas pengungkapan *corporate social responsibility* (Handriyani, 2013; Kristi, 2011; Dewi, 2014) dan luas pengungkapan lingkungan (Rustika, 2014; Hariati, 2014).

Penelitian-penelitian sebelumnya (Handriyani, 2013) mengungkapkan bahwa luas pengungkapan *CSR* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, dalam Rustika (2014) mengungkapkan bahwa luas pengungkapan lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun untuk luas pengungkapan *carbon accounting* masih belum banyak dijumpai, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut. Dalam penelitian ini, luas pengungkapan *carbon accounting* (Shodiq, 2015; Monika, 2014; Puspita, 2015; Dwijayanti, 2011) akan ditambahkan sebagai variabel independen. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sejauh mana praktik luas pengungkapan *corporate social responsibility* berkategori pengungkapan sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Sejauh mana praktik luas pengungkapan lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Sejauh mana praktik luas pengungkapan *carbon accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menguji secara empiris :

1. Pengaruh praktik luas pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* berkategori sosial terhadap nilai perusahaan
2. Pengaruh praktik luas pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan
3. Pengaruh praktik luas pengungkapan *carbon accounting* terhadap nilai perusahaan

1.4 Kontribusi dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan kontribusi untuk banyak pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai *corporate social responsibility (CSR)* berkategori sosial dan luas pengungkapannya, lingkungan dan luas pengungkapannya, *carbon accounting* dan luas pengungkapannya, serta nilai perusahaan yang diterapkan pada suatu perusahaan.

2. Bagi Regulator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pemerintah tentang kondisi perusahaan yang sebenarnya. Pemerintah dapat melihat sejauh mana praktik pertanggung jawaban sosial dan lingkungan yang sudah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan dapat berdampak pada lingkungan baik secara langsung maupun tidak sehingga masyarakat diharapkan tetap hidup aman dan nyaman dengan adanya tanggung jawab dari perusahaan maupun pemerintah setempat.

3. Bagi Perusahaan Manufaktur

Bagi perusahaan – perusahaan manufaktur, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka tanggung jawab sosial dan lingkungan yang akan

dilakukan oleh perusahaan serta dampak – dampak dari kegiatan bisnis perusahaan. Sehingga perusahaan – perusahaan dapat lebih bertanggung jawab dan memperhatikan lingkungan dan sosial sekitar serta berperan aktif dalam menjaga lingkungan bukan hanya untuk meningkatkan citra perusahaan dimata *stakeholdernya* saja.