

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Isu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau yang juga dikenal dengan sebutan *CSR (Corporate Social Responsibility)* marak diperbincangkan beberapa dekade belakangan ini. Hal ini diawali dengan diselenggarakannya KTT Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro, Brazilia, tahun 1992 hingga diluncurkannya ISO 26000 pada 1 November 2010 sebagai standar pedoman tanggung jawab sosial

Awalnya tidak banyak perusahaan yang menganggap tanggung jawab sosial sebagai hal penting yang perlu dilakukan. Namun seiring perkembangan zaman, muncul banyak masalah-masalah lingkungan yang ditimbulkan oleh industri-industri akibat ketidakpedulian terhadap lingkungan sekitar industri mereka. Oleh karena itu, timbul argumen-argumen yang mendukung pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut. Menurut Sony Keraf (2006), terdapat beberapa argumen yang mendukung perlunya keterlibatan sosial perusahaan, seperti kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin berubah, terbatasnya sumber daya alam, perimbangan tanggung jawab dan kekuasaan, serta keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Melaksanakan perilaku sosial yang bertanggung jawab bukan lagi sebuah pilihan, tapi telah menjadi sebuah persyaratan dari masyarakat di seluruh dunia. Penerapan *CSR* tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Erni, 2007). Pada awalnya, mungkin saja pembiayaan untuk pengelolaan lingkungan akan merugikan secara finansial dalam jangka pendek. Akan tetapi, seiring dengan terciptanya citra yang positif, hal ini justru akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan tersebut. Perusahaan-perusahaan tidak dapat lagi mengabaikan tanggung jawab sosial. Saat ini masyarakat semakin cerdas dan selektif dalam memilih suatu produk. Pertimbangan dalam memilih produk salah satunya adalah citra perusahaan yang dapat diwujudkan melalui tanggung jawab sosial mereka.

Pelaksanaan kinerja lingkungan di Indonesia oleh perusahaan-perusahaan didorong oleh adanya aturan-aturan pemerintahan setempat, salah satunya UU RI No. 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup. Mengacu pada undang-undang tersebut, Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) membuat penilaian terhadap perusahaan-perusahaan mengenai kinerja lingkungan mereka, yang kemudian hasilnya dipublikasikan secara periodik dalam situs resmi mereka yang dapat diakses oleh siapa saja yang merasa membutuhkan dan berkepentingan. Program yang dilakukan KLH ini lebih dikenal dengan sebutan PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja). Publikasi PROPER inilah yang

dijadikan sebagai indikator pengukuran kinerja lingkungan dalam penelitian ini.

Kehilangan konsumen merupakan suatu masalah besar bagi perusahaan. Hal ini akan berdampak pada kesejahteraan para *shareholder* dan keberlangsungan perusahaan. Jika perusahaan mampu mempertahankan serta menarik lebih banyak konsumen, maka penjualannya pun akan meningkat. Penjualan yang terus meningkat dari satu periode ke periode selanjutnya dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Sesuai dengan pendapat Dess (2008) yang menyatakan bahwa pertumbuhan ditandai dengan adanya peningkatan penjualan yang kuat. Dengan pertumbuhan perusahaan yang meningkat, kesejahteraan para *shareholder* pun semakin terjamin, yang berarti nilai perusahaan juga meningkat.

Penelitian Amanah (2006) menyatakan bahwa nilai perusahaan meningkat setelah meningkatkan *leverage* dan mulai menurun ketika *leverage* telah mencapai tingkat yang sangat ekstrim. Hal ini menunjukkan bahwa struktur modal yang diekspresikan melalui komposisi hutang dan modal mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Sriwardany (2007), menunjukkan bahwa pertumbuhan dan struktur modal berpengaruh terhadap harga saham. Dengan demikian, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal juga berpengaruh terhadap nilai.

Dari penjelasan di atas, sekilas terlihat bahwa *Corporate Social Responsibility* khususnya kinerja lingkungan dalam penelitian ini, mampu memberikan manfaat-manfaat terhadap perusahaan, di antaranya terhadap nilai perusahaan serta kesan di mata masyarakat, sehingga mereka mau menggunakan produk suatu perusahaan. Di samping itu, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal juga turut mendukung nilai perusahaan. Hal inilah yang melatarbelakangi peneliti untuk mengangkat tema Pengaruh Kinerja Lingkungan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kinerja lingkungan mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah kinerja lingkungan, pertumbuhan perusahaan, dan struktur modal berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris mengenai pengaruh kinerja lingkungan, pertumbuhan perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa bahan masukan serta pengembangan ilmu dalam dunia pendidikan, khususnya pada akuntansi keuangan.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi para pelaku bisnis mengenai pentingnya penerapan *CSR* khususnya mengenai kinerja lingkungan dalam bisnis mereka demi meningkatkan nilai perusahaan.
3. Penulis dapat menerapkan ilmu yang dipelajari dalam perkuliahan pada masalah yang sebenarnya serta mampu mengetahui hubungan dan perbedaan antara teori dan praktek.
4. Dapat dijadikan referensi bagi penulis lain untuk dijadikan sebagai bahan pendukung dalam penelitian lainnya.