

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan pasti berorientasi pada laba, untuk itu perusahaan berusaha untuk membangun citra yang baik di mata masyarakat dengan berbagai cara. Hal ini juga untuk menarik pihak konsumen untuk membeli produk mereka dan menarik investor agar mau menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut. Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat, di mana menurut pendekatan teori akuntansi tradisional, perusahaan harus memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Namun, seiring dengan berkembangnya zaman diikuti dengan perkembangan dunia industri yang semakin pesat, telah membawa suatu entitas untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, dan banyak industri yang akhirnya sering melanggar konsesus yang seharusnya tidak dilakukan. Implikasi dari pelanggaran tersebut diantaranya terbengkalainya pengelolaan (manajemen) lingkungan dan rendahnya minat perusahaan terhadap konservasi lingkungan. Pelanggaran tersebut berdampak terhadap masyarakat seperti polusi, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, kesewenang-wenangan dan produksi makanan haram, Heriningsih dan Saputri (2012).

Berbagai kasus kerusakan lingkungan dalam skala nasional seperti kasus PT Lapindo Brantas, PT Newmont Minahasa Raya, PT Freeport, dan berbagai kasus lainnya, merupakan bukti kongkrit bahwa dunia usaha, khususnya yang melakukan aktivitas produksi (perusahaan manufaktur dan perusahaan pengolah sumber daya alam), cenderung merusak lingkungan. Selain itu, pada tahun 2014 juga terjadi permasalahan lingkungan akibat aktivitas penambangan batubara yang dilakukan oleh PT. Sarana Cipta Gemilang (PT. SCG) di Sumatera Selatan tepatnya di bagian hulu dekat Bukit Telunjuk, air Sungai Milang menjadi keruh yang menyebabkan masyarakat sekitar kesulitan untuk memperoleh air bersih, Sobri (2014).

Perusahaan umumnya memiliki beberapa tujuan dalam melakukan kegiatan bisnis yaitu kelanjutan hidup perusahaan (*going concern*), laba dalam jangka panjang (*profit*), dan pengembangan atau perluasan usaha (*expansion*). Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, perusahaan dituntut meningkatkan kinerja bisnisnya. Tolak ukur yang sering digunakan dalam meningkatkan kinerja perusahaan, antara lain adalah arus kas yang dihasilkan dari aktivitas operasi dan laba bersih. Selain itu, tujuan perusahaan harus mampu menciptakan nilai (*value creation*). Nilai-nilai tersebut diwujudkan ke dalam harga saham biasa perusahaan di pasar modal.

Saat ini muncul isu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan

tidak hanya informasi keuangan, tetapi juga mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas operasi, Rakhiemah dan Agustia (2009).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan klaim *stakeholders* agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan.

Sejak tanggal 23 september 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan dengan disahkannya UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, Pasal 74 ayat 1 mengatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Sehingga, tidak ada lagi sebutan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang sukarela, namun pengungkapan yang wajib hukumnya. Khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam.

Hasil Survey “ *The Millenium Poll on CSR* ” (1999) yang dilakukan oleh *Environics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales business leader forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan 60% menyatakan bahwa etika bisnis, praktek terhadap karyawan, dampak lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sangat berperan sedangkan 40% adalah citra dari perusahaan dan *brand image* yang akan paling mempengaruhi kesan

mereka. Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa faktor lingkungan dan faktor sosial memiliki pengaruh yang lebih besar dari faktor – faktor yang justru berkaitan erat dengan perusahaan dalam hal ini citra dari perusahaan dan *brand image*.

Di dalam bidang akuntansi, akuntan menjadi pihak yang penting yang berperan penting karena adanya akses bagi mereka untuk masuk ke dalam informasi keuangan sebuah perusahaan. Penilaian serta perhitungan yang dilakukan oleh akuntan akan mempermudah manajer dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan pengelolaan serta pelestarian lingkungan.

Akuntansi mempunyai peranan penting sebagai media pertanggungjawaban publik atas pengelolaan lingkungan oleh perusahaan.

Dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan di bidang lingkungan, maka perusahaan akan melakukan beberapa aktifitas yang berhubungan dengan lingkungan. Dengan melakukan aktifitas tersebut maka perusahaan juga akan membutuhkan biaya. Biaya yang timbul dari melakukan aktifitas lingkungan ini disebut biaya lingkungan. Biaya lingkungan tersebut merupakan salah satu bentuk informasi dari akuntansi manajemen lingkungan. Pada dasarnya, akuntansi manajemen lingkungan lebih ditekankan pada akuntansi dari biaya-biaya lingkungan yang terjadi. Akuntansi manajemen lingkungan dapat menghasilkan informasi tentang bagaimana penggunaan sumber daya yang telah diserap perusahaan dan bagaimana dampaknya bagi lingkungan. Akuntansi manajemen lingkungan dapat juga mempertimbangkan bagaimana proses operasi perusahaan berdampak pada sistem lingkungan. Biaya lingkungan yang terjadi pada

perusahaan dalam kegiatan usahanya, merupakan konsekuensi dari upaya perusahaan dalam memelihara lingkungan. Keberhasilan penerapan biaya lingkungan tidak hanya tergantung pada ketepatan dalam menggolongkan semua biaya-biaya yang dibuat perusahaan akan tetapi kemampuan dan kewajaran data akuntansi perusahaan dalam menekan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktifitas perusahaan, Sief (2012). Secara garis besar penggunaan biaya lingkungan bagi perusahaan adalah kemampuan untuk meminimalisasi persoalan-persoalan lingkungan yang dihadapinya. Dengan meminimalisasi persoalan lingkungan maka perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dari sudut pandang biaya (*environmental cost*) dan manfaat atau efek (*economic benefit*), Gunawan (2012).

Melihat hasil tersebut di atas, perusahaan-perusahaan publik di Indonesia yang membuat pelaporan CSR secara terpisah mengalami peningkatan sebanyak 21,11% pada tahun 2008 dibandingkan tahun sebelumnya (ISRA, 2010). Kelana dan Chandra Wijaya (2005) dalam Astuti *et al* (2014). menyatakan bahwa aspek kepercayaan dari investor merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam pasar saham. Oleh sebab itu, suatu pengungkapan akan ditanggapi oleh investor dengan beragam. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan diharapkan mampu memberikan signal dan dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR diharapkan akan direspon positif oleh pelaku pasar sehingga dapat memaksimalkan profit dalam jangka panjang.

Salah satu perusahaan yang mengimplementasikan konsep CSR adalah PT. Djarum. PT. Djarum merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia dan

memiliki divisi khusus CSR. Bentuk tanggung jawab perusahaan PT. Djarum terdiri dari empat bidang, yaitu Djarum Bakti Pendidikan seperti Beswan Djarum, Djarum Bakti Olahraga seperti memberikan beasiswa serta menyaring atlet-atlet baru muda berbakat yang kemudian diiringi dengan pembangunan GOR, Djarum Bakti Lingkungan seperti memberikan bibit-bibit tanaman kepada masyarakat secara cuma-cuma, dan yang terakhir Djarum Bakti Budaya (<https://www.djarum.com>). Menurut penelitian Almilia dan Wijayanto (2007), perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode. Hal ini terbukti pada PT. Djarum dengan melakukan kegiatan CSR maka akan meningkatkan brand dari perusahaan tersebut serta meningkatkan nilai perusahaan di mata masyarakat. Selain itu PT. Djarum juga memiliki kontribusi yang besar terhadap APBN.

Suatu informasi dapat dikatakan mempunyai nilai guna bagi investor apabila informasi tersebut memberikan reaksi untuk melakukan transaksi di pasar modal. Hal ini dapat dilihat dari *abnormal return* yang merupakan salah satu indikator yang dapat dipakai guna melihat keadaan pasar yang sedang terjadi. Berdasarkan teori pasar yang efisien dikatakan bahwa informasi yang tersedia dipasar tercermin didalam harga pasar. Oleh karena itu, diharapkan investor mempertimbangkan informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Apabila informasi CSR dipertimbangkan investor dalam pengambilan keputusan yang diikuti dengan kenaikan pembelian saham perusahaan sehingga terjadi kenaikan harga saham yang melebihi *return* yang diekpektasikan oleh

investor sehingga pada akhirnya informasi CSR merupakan informasi yang memberikan nilai tambah bagi investor.

Penelitian mengenai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), alokasi biaya lingkungan, kinerja akuntansi dan kinerja pasar telah dilakukan sebelumnya dan penelitian-penelitian tersebut memberikan hasil yang masih kontradiktif. Terdapat penelitian yang menyatakan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan (Sudaryanto, 2011; Indrawan, 2011; Heriningsih dan Saputri, 2012; Dahlia dan Siregar, 2008). Namun, hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rakhiemah dan Agustia, 2009; Cahyono, 2011; Yaparto, dkk, 2013) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial. Kemudian untuk pengaruh *Corporate Social Responsibility* CSR terhadap kinerja pasar pada penelitian yang dilakukan oleh Indrawan (2011) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja pasar, sedangkan pada penelitian Cahyono (2011) dan Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan hasil yang sebaliknya bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.

Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008) hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja finansial perusahaan, dan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar. Peneliti menambahkan variabel biaya lingkungan sebagai variabel independen, karena peneliti ingin mengetahui

bagaimana pengaruh alokasi biaya lingkungan perusahaan terhadap kinerja akuntansi dan kinerja pasar.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Alokasi Biaya Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar” (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2011-2013).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang dibahas dalam proposal ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja akuntansi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
2. Apakah alokasi biaya lingkungan berpengaruh terhadap kinerja akuntansi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
3. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?
4. Apakah alokasi biaya lingkungan berpengaruh terhadap kinerja pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja akuntansi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
2. Untuk mengetahui pengaruh aloksi biaya lingkungan terhadap kinerja akuntansi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
3. Untuk mengertahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
4. Untuk mengetahui pengaruh alokasi biaya lingkungan terhadap kinerja pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain :

- 1) Bagi akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai praktik pengungkapan informasi lingkungan hidup pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia dan juga sebagai bahan referensi di bidang akuntansi khususnya mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*, alokasi biaya lingkungan, kinerja akuntansi dan kinerja pasar.

2) Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan agar perusahaan semakin menyadari akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan karena perhatian perusahaan terhadap lingkungannya dapat mempengaruhi nilai perusahaan.