

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah perkembangan akuntansi yang terjadi setelah revolusi industri pada dekade 19-an, telah menyebabkan adanya ledakan industri. Di era itu, korporat memandang dirinya sebagai organisasi yang bertujuan mengeruk keuntungan (*profit*) semata,¹ sehingga pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal saja, yang mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal.

Keberpihakan perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat (sosial) secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Kapitalisme, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberikan kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial.

Akuntansi yang dahulu hanya dianggap sebagai suatu perangkat prosedur yang bebas dari nilai (*value-free*) pada era 1970-an, akhirnya pada era 1980-an dipandang sebagai suatu entitas yang selalu berubah.² Dengan kata lain, akuntansi akhirnya tidak lagi dipandang sebagai produk jadi yang

¹ Reza Rahman, 2009, *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*, Yogyakarta: Media Pressindo, hlm: 19.

² Muhammad, 2005, *Pengantar Akuntansi Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, hlm: 9

statis disuatu masyarakat, akan tetapi lebih sebagai produk yang selalu mengalami perubahan setiap waktu tergantung pada lingkungan di mana ia hidup dan dipraktikan. Sebagaimana *Tricker*³ secara tegas menyatakan bahwa “*bentuk akuntansi sebetulnya tergantung pada ideologi dan moral masyarakat.*” Sehingga dapat disimpulkan bahwa akuntansi tidak akan terlepas dari nilai masyarakat, yang berarti akuntansi adalah anak dari budaya masyarakat.

Sejalan dengan ajaran Islam yang syarat dengan nilai, dimana Islam secara tegas menyatakan dalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah Ayat 282. Ayat ini dapat ditafsirkan dalam konteks akuntansi, utamanya berkaitan dengan organisasi atau teorinya. Akuntansi menurut Islam memiliki bentuk yang syarat dengan tiga nilai yaitu nilai keadilan, kebenaran, dan pertanggungjawaban.⁴ Ketiga unsur tersebut sangat penting sebab informasi akuntansi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pemikiran, pengambilan keputusan, dan tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Secara sederhana unsur keadilan mengandung dua unsur pengertian, yaitu *pertama*, berkaitan dengan praktik moral, yaitu kejujuran yang merupakan faktor yang sangat dominan. *Kedua*, lebih bersifat fundamental ke arah nilai etika dan moral. Nilai kebenaran sebenarnya tidak dapat dilepaskan dari nilai keadilan, dimana kebenaran akan menciptakan keadilan dalam mengakui, mengukur, dan melaporkan. Nilai pertanggungjawaban (*accountability*) merupakan

³ *Ibid*, hlm: 10.

⁴ *Ibid*.

implikasi dalam bisnis yang berupa amanah yang harus diwujudkan dalam bentuk pertanggungjawaban.

Unsur pertanggungjawaban yang dalam hal ini adalah perusahaan, tidak hanya sebatas pada perlakuan internal atau pertumbuhan ekonomi (*profit*) semata, akan tetapi dibutuhkan sebuah paradigma baru di bidang bisnis dengan jalan mensinergikan berbagai kekuatan di dalam lingkaran perusahaan (internal) dengan kekuatan luar perusahaan (eksternal). Salah satu cara untuk mensinergikan kekuatan tersebut yaitu melalui program tanggung jawab sosial.⁵ Menurut *Belkaoui*⁶ akuntansi mengandung beberapa unsur citra (*nilai/image*) yang salah satunya adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban. Bentuk pertanggungjawaban ini adalah bagian dari pembaharuan dalam dimensi etika bisnis dan keuangan di era kapitalisme yang tidak terbendung banyaknya, dimana ditandai dengan munculnya usaha kedermawanan (*filantropi*) dan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.⁷ Tanggung jawab sosial perusahaan ini merupakan salah satu topik etika bisnis yang banyak dibicarakan dalam literatur di Amerika Serikat, yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*.⁸

Setidaknya ada tiga alasan mengapa perlu adanya CSR,⁹ yaitu: *pertama*, Perusahaan hanya bertanggung jawab secara umum terhadap

⁵ Muhammad Djakfar, 2007, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, hlm: 156.

⁶ Sofyan Syafri Harahap, 2004, *Akuntansi Islam*, Jakarta: Bumi Aksara, hlm: 28.

⁷ Andriyadi Ramli, 2009, *Islamic Finance Keuangan Islam dalam Perekonomian Global*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm: 227.

⁸ Muhammad Djakfar, *op. cit.*, hlm: 155.

⁹ M. Arief Efeendi, 2009, *The Power Of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*, Jakarta: Salemba Empat, hlm: 108.

pemegang sahamnya (*shareholder*), sedangkan masyarakat di sekitar tempat perusahaan tersebut berdomisili kurang diperhatikan. *Kedua*, Dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan semakin meningkat dan harus ditanggung oleh masyarakat sekitar. Sementara itu, sebagian besar keuntungan manfaat hanya dinikmati oleh pemegang saham perusahaan saja. *Ketiga*, Masyarakat sekitar yang menjadi korban perusahaan tersebut sebagian besar mengalami kesulitan untuk menuntut ganti rugi kepada perusahaan. Hal ini dikarenakan belum adanya hukum (regulasi) yang mengatur secara jelas tentang akuntabilitas dan kewajiban perusahaan kepada publik.

Sementara perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) setidaknya dipengaruhi oleh empat faktor,¹⁰ antara lain: *pertama*, kepedulian dan harapan baru komunitas, konsumen, otoritas publik, dan investor dalam konteks globalisasi dan perubahan industri berskala besar. *Kedua*, kriteria sosial memberi pengaruh besar dalam pengambilan keputusan investasi individu dan institusi baik sebagai konsumen maupun investor. *Ketiga*, meningkatnya kepedulian pada kerusakan lingkungan yang disebabkan kegiatan ekonomi. *Keempat*, transparansi kegiatan bisnis akibat perkembangan media teknologi komunikasi dan informasi modern.

Corporate Social Responsibility (CSR) tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*)

¹⁰ Reza Rahman, *op. cit.*, hlm: 19.

saja.¹¹ Dalam konteks global, istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai digunakan sejak tahun 1970-an. *John Elkington*¹² dalam bukunya *Cannibals With Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*, mengemas CSR dalam *triple bottom line* yaitu *profit, planet dan people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi (*profit*) semata, akan tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan peduli terhadap kesejahteraan masyarakat (*people*). Sehingga pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan oleh investor dalam melakukan investasi.

Dalam pandangan Islam, CSR merupakan pengejawentahan dari konsep ajaran *Ihsan* yang merupakan bagian dari etika bisnis Islam sebagai puncak dari etika yang sangat mulia.¹³ Dimana bentuk pertanggungjawaban yang sesuai dengan konteks dizaman sekarang ini adalah menyangkut tanggung jawab sosial bisnis yang secara khusus menyangkut kepedulia pada lingkungan hidup.¹⁴ Manusia yang dalam hal ini mempunyai dua dimensi baik sebagai objek maupun subjek yang mempunyai tanggung jawab untuk menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar dan tidak boleh merusaknya.

Firman Allah SWT:

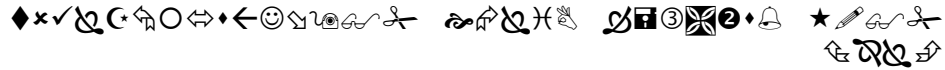


¹¹ Muh. Arief Effendi, *op. cit.*, hlm: 109.

¹² *Ibid*

¹³ Muhammad Djakfar, *op. cit.*, hlm: 160.

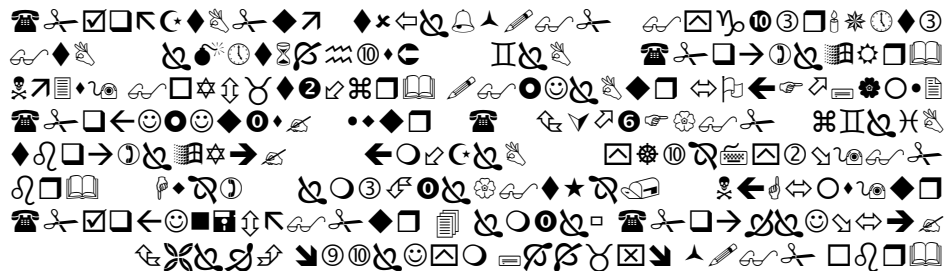
¹⁴ Muhammad Djakfar, 2009, *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*, Malang: UIN Malang Press, hlm: 359



“ Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik. (QS. Al-A’raf : 7 Ayat 56)¹⁵

Dalam Aspek Sosial dan ekonomi terutama berkaitan dengan sesama manusia kita diperintahkan untuk berderma terhadap sesama manusia. Firman Allah:

16



“ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah: 2 Ayat 267)

Pelaksanaan tanggung jawab sosial ini juga diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang memuat tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Pasal 1 ayat 3, dan pada Pasal 66 mengenai laporan tahunan, dalam ayat 2(c) disebutkan laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, mengharuskan adanya pertanggungjawaban

¹⁵ M. Quraish Shihab, 2002, *Tafsir Al Mishbab: pesan, kesan dan keserasian Al-Qur’an*, Jakarta: Lentera Hati, hlm: 123
¹⁶ Ahmad Mustafa Al-Maraghi, 1993, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*, Semarang: Toha Putra, hlm: 67

sosial serta pengungkapannya disetiap perusahaan yang berbentuk PT.¹⁷ Jadi dengan adanya peraturan ini sangat jelas bahwa setiap perusahaan harus melakukan dan melaporkan pelaksanaan CSR tersebut.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat dalam UU Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) pasal 41 ayat (1) yang menyatakan bahwa : “ Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran lingkungan dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah “. Pasal 42 ayat (1) menyatakan : “ Barang siapa karena kealpaanya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah. “¹⁸

Pengungkapan CSR dilaporkan pada laporan keberlanjutan (*sustainable reports*), di Indonesia menganut pada standar *Global Reporting Initiative and Value Reporting*. Dimana GRI telah mengeluarkan pedoman yang disebut *Sustainable Reporting Guidelines. New York stok Exchange* (NYSE) di Amerika Serikat telah memiliki *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) sejak tahun 1999, yang telah memasuki nilai *corporate sustainability* untuk saham-saham perusahaan dengan salah satu kriterianya adalah praktik CSR. Inggris melalui *London Stock Exchange* (LSE) memiliki *Socially*

¹⁷ Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU RI No. 40 Tahun 2007), 2008, Jakarta: Sinar Grafika, hlm: 2-31.

¹⁸ Rimba Kusumadilaga, 2010, Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hlm: 2.

Responsible Investment Index (SRI index). *Hansen Stock Exchange (HSE)* dan *Singapore Stock Exchange (SSE)* saat ini juga mulai berinisiatif untuk mengikuti *trend* di atas. Adanya kecenderungan tersebut dapat mendorong para investor terutama pihak asing untuk memilih menanamkan investasinya pada perusahaan yang telah menerapkan CSR dengan baik.

Terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan bersifat dari dalam perusahaan (*internal driver*). Termasuk kategori pendorong dari luar misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit PROPER (Program Penilaian Peningkatan Kerja Perusahaan). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian atau tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Roper Search Worldwide¹⁹ menunjukkan bahwa 75% responden memberikan nilai lebih kepada perusahaan yang dapat memberikan kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pengembangan. Bahkan sekitar 66% diantaranya menyatakan siap berganti merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang

¹⁹ A.B. Susanto, 2009, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Management dalam CSR*, Jakarta: Esesnsi, hlm: 2.

positif. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran konsumen akan citra sosial perusahaan cukup baik.

Persoalan tanggungjawab sosial dalam dunia bisnis masih dalam perdebatan, ada yang mendukung dan juga ada yang menentang. Para pendukung prinsip tanggungjawab sosial menyatakan bahwa karena sebuah bisnis merupakan sumber penyebab berbagai persoalan seperti polusi misalnya, maka mereka harus melaksanakan prinsip tersebut. Sementara para penentang prinsip tersebut menyatakan bahwa sebuah usaha, dengan cara membuat keuntungan dan membaginya kepada masyarakat dalam bentuk upah dan pajak. Sebenarnya telah membayar kewajiban mereka dengan tanggungjawab sosial terhadap berbagai persoalan yang memang tidak dapat sepenuhnya dihindari. Berikut ini adalah beberapa argumentasi antara pro dan kontra mengenai tanggungjawab sosial.²⁰

Tabel 1.1
Argumen Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Argumen Mendukung	Argumen Menentang
Bisnis menciptakan banyak masalah dan harus bertanggung jawab untuk memecahkannya.	Tujuan bisnis adalah memaksimalkan profit. Dengan membayar upah dan pajak, mereka merasa telah menyelesaikan tanggungjawab mereka.
Bisnis memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah.	Konflik kepentingan mungkin muncul karena faktor kedermawanan yang mungkin menjadi alat pemasaran bagi perusahaan.
Tanggung jawab sosial akan mengembangkan kemauan baik perusahaan	Bisnis mungkin tidak mengetahui bagaimana mengelola program-program sosial.
Islam tidak secara langsung menganggap bisnis sebagai entitas hukum yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya.	Perusahaan semata-mata adalah

²⁰ Rafik Issa Bekun, 2004, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm: 92.

	entitas hukum dan tidak dapat dipahami secara personal atas masalah-masalah yang dilibatkannya.
--	---

Sumber: Rafik, 2004

Disamping masih menjadi topik perdebatan, di sisi lain perhatian perusahaan terhadap CSR masih sangat kurang, walaupun sudah banyak digencarkan, terbukti pada penelitian yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2007 menunjukkan bahwa eksistensi CSR masih diragukan, dimana dari hasil penelitiannya menunjukkan hampir 70 % perusahaan di Indonesia belum melaksanakan CSR, karena sebagian besar masih menganggap bahwa CSR adalah beban operasi produksi.²¹ Selain itu ada beberapa permasalahan lain yang muncul sebagai akibat minimnya perhatian terhadap CSR, yaitu beberapa isu yang terkait seperti:

a. Isu Lingkungan

- Global warming

JAKARTA (SINDO) – Indonesia didaulat sebagai negara keempat pembuang emisi gas rumah kaca (*Green House Gas/GHG*) di Dunia. Namun jika berdasar indikator konversi lahan dan perusakan hutan, posisi Indonesia sebagai ”aktor” penyebab pemanasan global berada di posisi ketiga. Kepala Ekonomi dan Penasihat Pemerintah Inggris untuk Urusan Efek Ekonomi Perubahan Iklim dan Pembangunan Sir Nicholas Stern mengatakan, ada empat penyebab emisi gas rumah

²¹ Rahman, Reza, *op. cit.*, hlm: 45.

kaca, yaitu aktivitas dan pemakaian energi, pertanian, kehutanan, dan limbah.....²²

- Kerusakan Lingkungan

Bencana Lumpur Lapindo Brantas yang sampai detik ini belum bisa ditangani dengan baik, yang semakin hari semakin mengkhawatirkan.

- Kesehatan

UNICEF juga menyoroti disparitas antara masyarakat dan kelompok sosial-ekonomi yang jelas terlihat di sektor kesehatan. Data menunjukkan, tingkat kematian balita di kalangan keluarga miskin lebih dari tiga kali lipat dibandingkan di rumah tangga kaya. Di antara ibu yang tidak berpendidikan, hanya 15 persen dari mereka melahirkan di fasilitas kesehatan. Proporsinya terus meningkat seiring naiknya status pendidikan, di mana ibu dengan status pendidikan menengah hingga tinggi angkanya mencapai 71 persen. Persentase kelahiran yang dibantu oleh petugas kesehatan terlatih juga meningkat ketika pendapatan seorang ibu atau status pendidikannya meningkat.²³

- Kerusakan hutan

Data terbaru yang dihimpun Harian Kompas 19 April 2012. Indonesia memiliki 43 taman nasional darat dengan luas kawasan mencapai 12,3 juta hektar. Namun sekitar 30 persen diantaranya dalam kondisi rusak parah akibat perambahan. Salah satunya seperti data Dinas Pertambangan dan Energi Provinsi Aceh menyebutkan ada

²² Lihat Koran Sindo Edisi Sabtu 24 Maret 2007.

²³ Lihat Koran Kompas Edisi 14 Juni 2012.

40 perusahaan pertambangan yang mengantongi izin usaha di wilayah Nagan Raju, Aceh Selatan, Aceh Barat Daya dan Singkil. Lokasi penambangan 40 perusahaan itu masuk Kawasan Ekosistem Leuser (KEL) di zona hutan lindung.²⁴

- Pencemaran air

PURWAKARTA, KOMPAS.com — Sedikitnya 230 perusahaan di sekitar aliran Sungai Citarum diduga mencemari sungai terpanjang di Jawa Barat itu. Pelaku membuang limbah sehingga memperburuk kualitas air...²⁵

b. Isu sosial

Angka kemiskinan di Indonesia masih relatif tinggi data statistik menunjukkan angka kemiskinan tahun 2012 berkisar 11.66%,²⁶ angka pengangguran juga masih relatif tinggi berkisar 6.32%. Sedangkan tingkat pendidikan di Indonesia yang semakin menurun, bahkan pada tahun 2011 Indonesia turun peringkat yang awalnya menempati posisi 108 dunia turun pada urutan 169.²⁷

c. Isu ekonomi

Tiga hal mengapa CSR berpengaruh terhadap perekonomian, yaitu *Pertama*, Pendanaan dan Investasi (berhubungan langsung dengan kehidupan perekonomian para *shareholders*). *Kedua*, etika bisnis dan korupsi (maraknya praktik minimnya etika perusahaan dan maraknya

²⁴ Lihat Kompas Edisi 19 April 2012

²⁵ Lihat Kompas edisi 04 Juli 2012

²⁶ Badan Pusat Statistik

²⁷ www.newsdetik.com

praktik korupsi). *Ketiga*, pelaporan dan komunikasi (berkaitan jujur dan tidaknya perusahaan, karena dapat mengancam keberlangsungan kegiatan ekonomi akibat ketidakjujuran perusahaan) .

Disamping perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial, Secara umum tujuan pendirian perusahaan dibedakan menjadi dua yaitu tujuan ekonomis dan tujuan sosial.²⁸ Dimana dalam hal ini CSR sebagai bentuk apresiasi dari tujuan sosial perusahaan, perusahaan juga memiliki tujuan lain yaitu tujuan ekonomis. Tujuan ekonomis berkaitan dengan upaya perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Dalam hal ini salah satunya perusahaan berupaya untuk menciptakan laba (*profit*). Dan pada umumnya perusahaan yang berorientasi pada *Profitabilitas* adalah dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.²⁹

Nilai Perusahaan dalam penelitian ini, adalah nilai yang tercermin dari nilai pasar. Dimana nilai pasar ini merupakan nilai yang terbentuk dari aktivitas transaksi para investor dalam melakukan jual-beli atau nilai perusahaan sangat dipengaruhi aktivitas permintaan dan penawaran para investor. Jadi perilaku investor pada akhirnya yang menentukan nilai perusahaan.³⁰

²⁸ M Fuad dkk, 2003, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia, hlm: 22

²⁹ *Ibid.* hlm: 23

³⁰ Handono Mardiyanto, 2009, *Intisari Manajemen Keuangan*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, hlm: 183.

Menurut *Milton Friedman* ³¹ menyatakan bahwa CSR bertujuan untuk memperbaiki citra (nilai) perusahaan. Dengan perusahaan melaksanakan CSR maka dalam jangka panjang nilai perusahaan akan meningkat.³² Teori ini telah dibuktikan diberbagai penelitian oleh Islahudin (2008), Danang (2011), Indra (2011), dan Roza (2011). Dan profitabilitas yang tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat.³³ Teori ini telah dibuktikan oleh Alfredo dkk (2010), Sitta (2010), Wenny (2011), dan Andi (2012). Namun dari kedua Variabel dalam berbagai hasil penelitian menunjukkan bertolak belakang, artinya CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan juga sebaliknya, di buktikan oleh Elisabet (2010), Danang (2011), Jayanti (2011), dan Maulida (2011). Alasan mengapa profitabilitas dan CSR bertolak belakang, karena dengan adanya CSR maka perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya, dimana biaya tersebut akan menjadi beban, beban akan mengurangi pendapatan, ketika pendapatan menurun maka jelas profitabilitas akan turun. Penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana CSR dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan keadaan yang saling bertolak belakang.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis melakukan penelitian ini dengan judul “ PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN

³¹ Muhammad R lukman Fatroni, 2002, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, hlm: 114.

³² Rahman, Reza, *op. cit.*, hlm: 20.

³³ M. Fuad dkk, *op. cit.*, hlm: 23.

YANG LISTING DI JAKARTA ISLAMIC INDEX TAHUN 2009-2011)

“

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah ada pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan ?
3. Apakah ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Peneliti bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi secara umum, khususnya pada bidang ilmu ekonomi syariah. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

b. Bagi Investor dan Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan (*annual report*) sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter saja.

c. Bagi masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, terdiri dari kerangka teori pendukung yang terdiri atas teori-teori tentang CSR, profitabilitas dan nilai perusahaan, penelitian terdahulu dan kerangka pikir serta terdiri dari hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian, terdiri dari jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

BAB IV Analisis data dan pembahasan, terdiri dari penyajian data, analisis data dan interpretasi data

BAB V Kesimpulan dan saran, terdiri dari kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran dalam penelitian ini.