

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Memasuki era globalisasi di mana persaingan usaha semakin keras, sebuah perusahaan dalam mencapai tujuannya tidak hanya berfokus pada laba (*profit oriented*), akan tetapi dituntut untuk memberikan kontribusi dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR) yang ditujukan kepada lingkungan dan masyarakat sekitar. Perusahaan berperan sebagai pelaku ekonomi yang memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan perekonomian masyarakat luas, sehingga perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor dan kreditor, tetapi juga kepada golongan masyarakat luas lainnya (Suwaldiman, 2004). Anggraini (2006) menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan.

Banyak perusahaan yang telah melakukan CSR di Indonesia, akan tetapi tingkat pengungkapannya relatif rendah. Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas dan transparansi perusahaan kepada investor dan *stakeholders* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders*

lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR: lingkungan dan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Darwin 2007 dalam Machmud dan Djakman, 2008). Perusahaan sebagai bentuk dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial dan aspek lingkungan yang biasa disebut sinergi tiga elemen (*triple bottom line*) merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Siregar, 2007). Menurut Nurlala dan Islahuddin (2008) *single bottom line* adalah nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan sedangkan *triple bottom line* yaitu selain segi finansial seperti sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin sebuah perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Menurut Sulistyoy (2008) tuntutan dari berbagai pihak yang menginginkan perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan *stockholder* melalui pencapaian laba saja, tetapi juga memperhatikan kepentingan *stakeholder*. Nurlala dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya terdapat pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier*, bahkan kompetitor. Selama ini banyak perusahaan berusaha untuk mencapai laba yang maksimum dan meminimumkan pengorbanan yang dilandasi oleh kepentingan pribadi. Sebagai akibatnya banyak terjadi berbagai skandal keuangan maupun skandal lingkungan yang merugikan dunia bisnis dan masyarakat (Sulistyoy, 2008).

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk

yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (Rumiris dan Hartanti, 2008). Fenomena CSR di Indonesia sendiri sudah mengemuka sejak tahun 2001 (Nurlela dan Islahuddin, 2008) dan kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan telah diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 di mana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Dahlia dan Siregar, 2008). Dahlia dan Siregar (2008) meneliti dengan menggunakan sampel sebanyak 77 perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2005-2006. Memperoleh hasil bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan replikasi penelitian dengan judul **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN DAN TIPE INDUSTRI SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”**. Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008). Perbedaannya terletak pada periode penelitian yaitu tahun 2005 dan 2006, perusahaan yang menjadi sampel adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2005 dan 2006.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kepemilikan manajemen memiliki pengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan?
3. Apakah tipe industri memiliki pengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah kepemilikan manajemen memiliki pengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah tipe industri memiliki pengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi-kontribusi dalam berbagai hal, seperti:

1. Bidang teoritis
 - a. Menambah kontribusi ilmu pengetahuan mengenai *corporate social responsibility*, kepemilikan manajemen, tipe industri dan nilai perusahaan.
 - b. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang *corporate social responsibility*, kepemilikan manajemen, tipe industri dan nilai perusahaan.

2. Bidang praktis

Sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan betapa pentingnya CSR, karena pada dasarnya perusahaan adalah bagian dari suatu lingkungan yang tidak hanya berorientasi pada laba (*profit oriented*) semata. Sehingga untuk kedepannya dapat tercipta simbiosis mutualisme antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan, serta CSR bukanlah suatu paksaan karena telah ditetapkan dalam UU No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 Perseroan Terbatas akan tetapi CSR menjadi kebutuhan bagi perusahaan.