

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Eksistensi suatu perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan (*profit*) dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya atau lebih dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR). Perusahaan berperan sebagai pelaku ekonomi yang memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan perekonomian masyarakat luas, sehingga perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor, tetapi juga kepada golongan masyarakat luas lainnya (Suwaldiman, 2004).

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR), muncul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa pada dasarnya karakter alami dari setiap perusahaan adalah mencari keuntungan

semaksimal mungkin tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat dan lingkungan alam. Seiring dengan meningkatnya kesadaran dan kepekaan dari *stakeholders* perusahaan, maka konsep tanggung jawab sosial muncul dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

Banyak perusahaan di Indonesia yang telah melakukan CSR, 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*).

Implementasi CSR merupakan perwujudan komitmen yang dibangun oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat. Adanya CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-Undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan".

Hasil penelitian 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. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dahlia dan Siregar (2008) yang meneliti dengan menggunakan sampel sebanyak 77 perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2005-2006, penelitian ini memperoleh hasil bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Hasil yang

berbeda justru diperoleh oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) yang menemukan bahwa penerapan CSR di dalam perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya. Realita penelitian diatas menunjukkan bahwa adanya perbedaan hasil penelitian tentang hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Fenomena ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut membuat variabel CSR dengan nilai perusahaan menjadi semakin menarik untuk diteliti dengan memasukkan variabel pemoderasi dalam penelitian ini. Menurut Govindrajan (1998) dan Lucyanda (2001) dalam Suhartono dan Solichin (2007) diperlukan upaya untuk merekonsiliasi ketidakkonsistenan dengan mengidentifikasi faktor-faktor konsolidasi antar variabel-variabel dengan pendekatan kontinjensi. Penggunaan variabel kontinjensi memungkinkan adanya variabel-variabel lain yang bertindak sebagai variabel intervening atau variabel moderating. Pendekatan kontinjensi dalam penelitian ini adalah variabel moderating yang dapat mempengaruhi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Variabel pemoderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperlemah atau memperkuat) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel pemoderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajemen dan kebijakan dividen.

Variabel kepemilikan manajemen digunakan sebagai variabel pemoderasi untuk mempengaruhi hubungan antara CSR terhadap nilai

perusahaan, karena semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, manajemen perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di dalam program CSR demi mencapai nilai perusahaan yang tinggi.

Dalam penelitian ini penulis juga memasukkan variabel kebijakan dividen sebagai variabel pemoderasi untuk mempengaruhi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan, karena semakin besar dividen yang dibagikan kepada pemegang saham, maka akan mencerminkan tentang sinyal prospek cerah perusahaan di masa yang akan datang dan perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di dalam program CSR, sehingga investor akan tertarik terhadap informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan dan pada akhirnya penilaian terhadap perusahaan yang tercermin melalui harga saham akan semakin baik pula.

Penelitian yang dilakukan oleh Retno (2006) menemukan bahwa variabel prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Selain itu Junaidi (2006) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) berargumen bahwa kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan dan dia menyimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan akan meningkatkan

nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Nurlala dan Islahuddin (2008) bahwa prosentase kepemilikan manajemen dalam penelitiannya tidak dapat bertindak sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2005) menemukan kebijakan dividen menjadi pusat perhatian banyak pihak seperti pemegang saham, kreditor, maupun pihak eksternal lain yang memiliki kepentingan dari informasi yang dikeluarkan perusahaan. Rozeff (1982) dalam Tendi (2008) mengemukakan bahwa dividen memiliki atau mengandung informasi sebagai isyarat prospek perusahaan di masa datang. Epstein dan freedman (1994) dalam Retno (2006) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Yuniasih dan wirakusuma (2009) yang menemukan bahwa selain melihat kinerja keuangan, pasar juga memberikan respon positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Nurlala dan Islahuddin (2008) yang berusaha menganalisis apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta apakah prosentase kepemilikan manajemen mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Ada 3 (tiga) perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut, yang pertama penulis menambah satu variabel pemoderasi, yaitu

kebijakan dividen. Penulis menambah variabel kebijakan dividen dikarenakan semakin besar dividen yang dibagikan kepada pemegang saham, maka kinerja perusahaan akan dianggap semakin baik dan perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di dalam program CSR, sehingga mampu menaikkan nilai perusahaan. Yang kedua adalah dengan periode penelitian yang baru yaitu tahun 2005 sampai dengan 2007. Yang ketiga adalah perusahaan yang menjadi sampel yaitu seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2005 sampai dengan 2007, karena sampel penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) adalah tahun 2005 saja dan hanya pada perusahaan-perusahaan sektor non-keuangan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan replikasi penelitian dengan judul "PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI".

B. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Pengungkapan CSR dilihat dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang meliputi 4 tema, yaitu: kemasyarakatan, produk dan konsumen, ketenagakerjaan, dan lingkungan hidup.
2. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan tobins'Q.
3. Kepemilikan manajemen dilihat dari persentase saham yang dimiliki oleh dewan direksi dan dewan komisaris.
4. Kebijakan dividen dilihat dari rasio DPR (*Dividend Payout Ratio*) perusahaan.

C. Rumusan Masalah

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

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan?
3. Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris tentang:

1. Pengaruh positif *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh positif kepemilikan manajemen terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.
3. Pengaruh positif kebijakan dividen 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, kebijakan dividen dan nilai perusahaan.
 - b. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang *corporate social responsibility*, kepemilikan manajemen, kebijakan dividen 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.