

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan pesatnya perkembangan sektor dunia usaha sebagai akibat liberalisasi ekonomi, berbagai kalangan swasta, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggungjawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. 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.

Kesadaran perusahaan bahwa nasib dirinya tergantung juga pada kondisi lingkungan dan masyarakat sekitar memang meningkat akhir-akhir ini. Masyarakat lebih sering membaca berita tentang meningkatnya upaya-upaya yang termasuk sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan seperti PT.Telkom yang menyumbang komputer dan bantuan koneksi internet di desa-desa, PT.Sampoerna yang rajin memberikan beasiswa, atau PT.Tirta Investama yang membantu pembangunan program air bersih di desa-desa. Tuntutan dari berbagai pihak yang menginginkan perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan *stockholder* melalui

Nelly Masnila (2006) tanggung jawab pengelolaan organisasi yang semula hanya kepada *stockholders* (pemegang saham) bergeser pada *stakeholders* / pemangku kepentingan (karyawan, pemerintah dan masyarakat luas). Dunia usaha perlu mencari kemitraan (*partnership*) dengan seluruh *stakeholders* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerjanya agar dapat tetap bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing. Tekanan dan tuntutan terhadap perusahaan mengakibatkan berkembangnya akuntansi sosial (Maksum dan Kholis, 2003) dalam Masnila (2006).

Fenomena CSR di Indonesia sendiri sudah mengemuka sejak tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusunan laporan auditornya maupun auditornya). Sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan *Corporate Social Responsibility* (Rika dan Islahuddin, 2008).

*Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru (Chairil N. Siregar). CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. *Triple bottom lines* lainnya selain finansial juga ada

sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Hal ini telah menjadi fakta bagaimana *resistensi* masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Menurut Syamsuddin (2006) dalam Suharti (2009), laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan dapat digunakan sebagai salah satu media untuk mengungkapkan aktifitas sosialnya. Lely dan Sylvia (2008) menemukan adanya pengaruh positif antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas. Sapta dan Suharti (2009) menemukan adanya pengaruh positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Ni Wayan dan Made (2007) menemukan adanya hubungan yang positif antara pengungkapan CSR dengan kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa dengan pengungkapan CSR, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menjadikan CSR bukan sekedar biaya untuk memenuhi kepedulian lingkungan dan sosial, tetapi sebagai investasi perusahaan dalam jangka panjang.

Kepemilikan manajemen dipercaya mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu maksimalisasi nilai perusahaan (Suharti, 2009). Priyo (2007) menemukan adanya hubungan positif antara kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan. Rachmawati dan Triatmoko (2007) dalam Suharti (2009)

menemukan adanya hubungan yang positif antara kepemilikan manajemen dengan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Ade (2007) menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan. Anggraini (2006) menemukan fakta bahwa variabel kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai yang diprediksi. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan didalam program CSR. Kepemilikan manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktifitas perusahaan dibanding dengan kepemilikan manajemen yang kecil, dan dapat dikatakan bahwa konsentrasi kepemilikan manajemen akan meningkatkan nilai perusahaan (Damsetz dalam Suharti, 2009).

Selain kepemilikan manajemen, tipe industri juga mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan informasi sosial sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan Hackston dan Milne tahun 1996 (Warih, 2008). Penelitian yang dilakukan oleh Zuhroh dalam Sayekti dan Wondabio (2007), menemukan bukti empiris adanya hubungan antara tipe industri dengan CSR. Ayuna (2006) menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara tipe industri *high profile* dan *low profile* dengan tipe industri *high profile* lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan tipe industri *low profile*. Warih (2008) menemukan adanya pengaruh positif antara tipe industri terhadap pengungkapan sosial. Penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) menemukan adanya hubungan positif antara

pengungkapan informasi sosial dengan tipe industri. Penelitian tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang termasuk *high profile* mengungkapkan lebih banyak informasi sosial daripada perusahaan *low profile*, karena perusahaan *high profile* mengungkapkan informasi sosialnya untuk membangun *image* perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan replikasi penelitian dengan judul **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROSENTASE KEPEMILIKAN MANAJEMEN DAN TIPE INDUSTRI SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”**. Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Rika dan Islahuddin (2008). Perbedaannya terletak pada perioda penelitian tahun 2006 dan 2007, perusahaan yang menjadi sampel adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) setelah periode 2006 dan

## B. Rumusan Masalah Penelitian

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

- a. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
- b. Apakah prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel *moderating* memiliki pengaruh positif terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan?
- c. Apakah tipe industri sebagai variabel *moderating* memiliki pengaruh positif 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:

- a. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- b. Untuk mengetahui apakah prosentase kepemilikan manajemen memiliki pengaruh positif terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.
- c. Untuk mengetahui apakah tipe industri memiliki pengaruh positif terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

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

a. Bidang teoritis

- 1) Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang CSR, prosentase kepemilikan manajemen, tipe industri dan nilai perusahaan.
- 2) Menambah kontribusi ilmu pengetahuan mengenai CSR, kepemilikan manajemen, tipe industri dan nilai perusahaan.

b. Bidang praktis

Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Hal ini menyebabkan tercipta satu *ekosistem* yang menguntungkan semua pihak, konsumen mendapat produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung. Penelitian mengenai CSR dapat menjadi 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.