

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Saat ini tuntutan publik terhadap perusahaan semakin besar, perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor), tetapi juga kepentingan karyawan, konsumen, serta masyarakat. Perusahaan juga mempunyai tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan di luar perusahaan, tetapi perusahaan kadangkala melalaikannya dengan alasan mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Suwaldiman (2000) berdasarkan karakteristik sistem perekonomian Indonesia, ada 3 kelompok pihak yang berkepentingan terhadap pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan perusahaan, yaitu investor dan kreditor, pemerintah dan masyarakat umum. Pertanggungjawaban tersebut tidak hanya diberikan pada pemegang saham, karena dalam menjalankan segala aktivitasnya, perusahaan tidak akan lepas dari lingkungan sosialnya.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews 1985, dalam Sembiring, 2005).

Nurlela dan Islahuddin (2008) berpendapat bahwa pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Di Indonesia, penerapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan konsep yang masih relatif baru. Wacana mengenai CSR mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan (Nurlela dan Islahuddin, 2008) dan kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan telah diatur oleh Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 Tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Dahlia dan Siregar, 2008).

Menurut Theodorus (2008) *Corporate Social Responsibility* menunjuk pada transparansi pengungkapan sosial perusahaan atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana transparansi informasi yang

diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak (*externalities*) sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan.

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Akan tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Machmud dan Djakman, 2008).

Rumiris dan Hartanti (2008) berpendapat bahwa keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan hidup.

Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya (Wahyudi dan Pawestri, 2006). Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa

perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Literatur mengenai pengungkapan sukarela yang ada memberikan pemahaman bahwa pengungkapan informasi tersebut digunakan dalam penilaian perusahaan dan *corporate finance* (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa jumlah perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunannya semakin bertambah (Sayekti dan Wondabio, 2007). Diantaranya penelitian yang dilakukan Dahlia dan Siregar (2008), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Artinya, aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) yang mengambil sampel pada perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ untuk periode 2005 menemukan fakta bahwa penerapan CSR di dalam perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya, karena kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005 sangat rendah dan belum mengikuti standar yang dikeluarkan oleh GRI (*global reporting initiative*).

Anggraini (2006) dari hasil penelitian menemukan bahwa variabel persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh terhadap

kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di dalam program CSR. Namun, dari hasil penelitian Nurlala dan Islahuddin (2008) yang meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, dari hasil penelitian tidak dapat membuktikan bahwa kepemilikan manajemen dan tipe industri dapat bertindak sebagai variabel moderating terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan Zuhroh *et al.* (2003) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk dalam kategori *high profile*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dan adanya penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen dan Tipe Industri Sebagai Variabel Moderating”**. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Nurlala dan Islahuddin (2008). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah: (1) Mengganti periode penelitian yaitu pada periode 2008, (2) Perusahaan yang menjadi sampel adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk

periode 2008, (3) Menambahkan item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah persentase kepemilikan manajemen berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan?
3. Apakah tipe industri berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji apakah persentase kepemilikan manajemen berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.
3. Untuk menguji apakah tipe industri berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif kepada para pihak antara lain:

1. Bagi Akademisi.

Memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi.

Memberikan tambahan informasi pada perusahaan tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan tahunan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial.