

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Esistensi suatu perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek (ekonomi dan sosial) penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan kearah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Aspek ekonomi, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan tidak hanya diharapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada perolehan keuntungan perusahaan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Jika masyarakat (terutama masyarakat sekitar) menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah perusahaan maka kondisi itu akan menimbulkan resistensi masyarakat atau gejolak sosial (Susiloadi, 2008:123 dalam Wardani D, 2008).

Menurut World Council for *Sustainable Development* definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen berkelanjutan dari

bisnis untuk berperilaku dan berkontribusi bagi pembangunan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawannya, serta masyarakat lokal ataupun masyarakat luas. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan konsep dimana perusahaan mengintegrasikan masyarakat dan lingkungan dalam kegiatan bisnis dan interaksi mereka, dengan para stakeholder dengan dasar sukarela (Handayani, 2009: 7 dalam Wardani, 2008).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinasional. Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penerapan SCR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Kusumadilaga, 2010).

Dalam penelitian Nurlela dan Islahudin (2008), mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggung jawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan. Retno (2006) dari hasil penelitian menemukan bahwa variabel persentase kepemilikan manajemen 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. Selain itu Damsetz (1986) dalam Junaidi (2006) berargumen bahwa kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktifitas perusahaan dan menyimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI), sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) tentang tanggung jawab atas laporan keuangan (SAK 2009; par 12) secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial. *Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UUPT), yang disahkan pada 20 juli 2007. Pasal 74 ayat 1 perseroan terbatas menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan /atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Menurut Permasari (2010), Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Naik turunnya nilai perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh struktur kepemilikan. Struktur kepemilikan sangat

penting dalam menentukan nilai perusahaan. Dua aspek yang perlu dipertimbangkan ialah (1) konsentrasi kepemilikan perusahaan oleh pihak luar (*outsider ownership concentration*) dan (2) kepemilikan perusahaan oleh manajemen (*managemen ownership*).

Dalam penelitian Dahlia dan Sylvia (2008), *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan klaim agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholder* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan. *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Nugroho, 2007).

Hackson dan Miley (1996) dalam Permanasari (2010), menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan sebagai penyediaan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan kegiatan operasi perusahaan dengan keadaan sosial dan lingkungan, sebagaimana dinyatakan dalam laporan tahunan atau laporan sosial yang terpisah. Pengungkapan tanggung jawab sosial mencakup rincian lingkungan, energi, sumber daya manusia, produk, dan keterlibatan masyarakat.

Peran perusahaan di masyarakat dalam CSR dapat dilihat dari beberapa kebijakan top manajemen tentang lingkungan sosial dan mendukung sepenuhnya mengenai isu-isu lingkungan sosial perusahaan, kegiatan akuntansi

sosial dilaporkan baik secara internal maupun eksternal perusahaan, dan karyawan perusahaan mendapat dukungan mengikuti pelatihan secara berkesinambungan tentang akuntansi dan lingkungan sosial 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. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini bottom lines lainnya selain *financial* juga ada sosial dan lingkungan. Karena 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. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. (Nurlela dan Islahudin, 2008).

Menurut Morck et al., dan Mc Connel, secara empiris mengeksplorasi hubungan antar struktur kepemilikan dan nilai perusahaan yang diproksi dengan Tobin's Q menyimpulkan bahwa struktur kepemilikan mempengaruhi nilai perusahaan. Begitu pula Jensen dan Meckling (1976) menunjukkan struktur kepemilikan mempengaruhi nilai perusahaan (Permanasari, 2010).

Dalam penelitian Permanasari (2010) mengenai Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan, menyatakan bahwa Kepemilikan

manajemen dan kepemilikan institusional, dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen yang langsung mempengaruhi nilai perusahaan karena konflik keagenan antara agen dan prinsipal yang terjadi dalam suatu perusahaan dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme yaitu dengan adanya saham oleh manajemen dan institusional yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian dari penelitian Nurlela dan Islahudin (2008) yang berjudul Pengaruh *Corporate Social Resonsibility* terhadap nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai variabel *Moderating*. Dalam penelitian Nurlela meneliti tentang perusahaan-perusahaan sektor non keuangan tahun 2005. Dalam penelitian ini juga memperbaiki penelitian terdahulu yang hanya menggunakan satu tahun periode dan tidak digunakannya standar *Global Reporting Initiative* (GRI) didalam pengukuran pengungkapan sosial. Alasan digunakannya standar GRI didalam penelitian ini karena pengungkapan yang terdapat di dalam GRI bersifat internasional serta bisa digunakan untuk berbagai macam sektor dan ukuran perusahaan. Penelitian ini menggunakan periode penelitian selama dua tahun yaitu tahun 2009-2010, dengan sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur. Berdasarkan uraian dari latar belakang yang ada maka penelitian ini berjudul “ **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel *Moderating*”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah:

1. Memberikan bukti empiris tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Memberikan bukti empiris tentang pengaruh kepemilikan manajemen terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai

pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

2. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter
3. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh
4. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

E. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian, maka dibuat rancangan penulis sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi pembahasan tentang landasan teori yang mendeskripsikan tentang Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, pengungkapan sosial dalam laporan tahunan, Kepemilikan Manajemen, kerangka pemikiran, hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan dan Kepemilikan Manajemen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai jenis penelitian, populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, data dan cara pengumpulan data, definisi operasional variabel dan pengukurannya, metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil pengumpulan data, statistik deskriptif, analisis dan pembahasan yang terdiri dari uji data (uji asumsi klasik) dan uji hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran.