

BAB I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas). Pengertian ini mengandung arti bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan bukan kegiatan yang sukarela, melainkan kegiatan yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas. Dengan adanya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tersebut diharapkan kesadaran perusahaan terhadap sosial dan lingkungan bertambah. Peraturan lain yang menyinggung tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam undang-undang tersebut dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut, akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga

karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Kesadaran masyarakat akan peran perusahaan dalam lingkungan sosial pun semakin meningkat.

Pada dasarnya tanggung jawab sosial perusahaan sudah muncul sejak operasi perusahaan dimulai. Kelangsungan perusahaan sangat bergantung pada dukungan banyak pihak. Untuk itulah perlu dijaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan lingkungannya. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat. Semua kondisi tersebut tidak lagi dianggap sepele sehingga memicu banyak perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Semakin banyak perusahaan melakukan tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan, maka citra perusahaan semakin baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di mata masyarakat. Dengan semakin baiknya citra perusahaan akan membuat loyalitas konsumen meningkat, sehingga penjualan dan profitabilitas perusahaan akan meningkat.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan konsep yang penting untuk dilaksanakan perusahaan sebagai upaya pelaporan agar memberikan informasi yang lengkap kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Ini artinya bahwa perusahaan

harus memberikan manfaat bagi komunitas dan lingkungan setempat yang harus diinformasikan kepada para *stakeholdernya*.

Menurut Hackston dan Milne (1996, dalam Sembiring, 2005) menyatakan bahwa walaupun fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial ini telah muncul lebih dari dua dekade, penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial sepertinya terpusat di Amerika Serikat, dan Australia. Akan tetapi hanya sedikit penelitian yang dilakukan di negara lain seperti, Jerman, Jepang, Malaysia, Indonesia dan Singapura. Di Indonesia penelitian tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial ini antara lain dilakukan oleh Sembiring (2005), Febrina dan Suaryana (2011), dan Rosiana, Juliarsa, dan Sari (2013).

Pada saat ini di Indonesia, praktik CSR belum menjadi suatu keharusan yang umum, namun dalam abad informasi dan teknologi serta adanya desakan globalisasi, maka tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan CSR akan semakin besar. Tidak menutup kemungkinan bahwa CSR menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi seperti layaknya International Organization for Standardization (ISO). Pada tahun 2010 sudah diluncurkan ISO 26000 mengenai CSR, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program CSR dijalankan oleh perusahaan apabila menginginkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut. Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan program CSR, diperlukannya komitmen yang kuat,

partisipasi aktif, serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap program-program CSR. Program CSR menjadi begitu penting karena kewajiban manusia untuk bertanggung jawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan umat manusia dimasa datang. Dengan adanya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan memberikan informasi kepada masyarakat bahwa perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya sehingga, dapat diperoleh legitimasi oleh masyarakat. Legitimasi masyarakat ini penting, karena pada dasarnya keberadaan perusahaan dalam masyarakat itu ada karena adanya dukungan dari masyarakat.

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Selain itu, menurut Nurlela dan Islahuddin (2008, dalam Rosiana dkk., 2013) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, mekanisme *corporate governance* diprosikan menggunakan kepemilikan manajerial yang diukur dengan persentase kepemilikan manajerial. Menurut Ramadhani dan Hadiprajitno (2012), naik turunnya nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh struktur kepemilikan perusahaan. Dua aspek yang perlu dipertimbangkan adalah: (1) konsentrasi kepemilikan perusahaan

oleh pihak luar (*outsider ownership concentration*), dan (2) kepemilikan perusahaan oleh manajemen (*ownership management*). Siallagan dan Machfoedz (2006 dalam Putri dan Raharja, 2013) menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan kepentingannya sendiri. Shleifer dan Vishny (1986 dalam Ramadhani dan Hadiprajitno 2012) menyatakan bahwa pemegang saham terbesar mempunyai arti penting dalam pengawasan terhadap perilaku manajer dalam perusahaan sehingga, beberapa penelitian menjadikan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan. Ukuran relatif kepemilikan manajerial agar dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan minimal sebesar 0,0000225.

Penelitian mengenai hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Raharja (2013) dan Rosiana dkk (2013) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan yang dilakukan oleh Saraswati dan Hadiprajitno (2012) yang menunjukkan bahwa, pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan namun dengan arah negatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2010) menunjukkan bahwa variabel mekanisme *corporate governance* berpengaruh pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai

perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan Saraswati dan Hadiprajitno (2012) yang menunjukkan hasil bahwa variabel mekanisme *corporate governance* berpengaruh signifikan dalam memoderasi secara positif pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan menarik untuk diteliti kembali, mengingat penelitian sebelumnya memberikan hasil yang tidak konsisten. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena hanya menggunakan mekanisme *corporate governance* (kepemilikan manajerial) sebagai variabel pemoderasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut: Apakah mekanisme *corporate governance* (kepemilikan manajerial) memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Menguji dan menganalisis mekanisme *corporate governance* (kepemilikan manajerial) memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Akademik

Memberikan pemahaman mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan mekanisme *corporate governance* (kepemilikan manajerial) sebagai variabel pemoderasi, sehingga dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktik

a. Bagi Perusahaan / Organisasi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang pentingnya melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

b. Bagi Investor dan Calon Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai analisa laporan keuangan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan tentang penelitian terdahulu serta landasan teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan yaitu mengenai *stakeholder*, legitimasi, pengungkapan CSR, nilai perusahaan dan mekanisme *corporate governance*. Selain itu juga dijelaskan tentang hipotesis penelitian dan model analisis penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang meliputi desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel serta teknik analisis data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, serta pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan, keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya.