

BAB 1

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Banyak faktor yang dipertimbangkan oleh investor sehubungan dengan keputusan investasi. Salah satunya adalah melihat prospek perusahaan dimasa mendatang, yang tercermin dalam besaran nilai perusahaan. Meningkatnya permintaan terhadap saham perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu demi tercapainya tujuan ini maka pemegang saham memperkerjakan para profesional atau orang yang ahli dalam bidangnya untuk menjalankan perusahaan sebagai perwakilan para pemegang saham, sebagai contoh yaitu para manajer dan komisaris.

Dewasa ini, disadari tidak hanya faktor keuangan yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan, tetapi juga faktor non keuangan. Perusahaan yang dapat menggabungkan keduanya, disinyalir akan mempunyai nilai lebih dibanding perusahaan lain, sehingga dapat memenangkan persaingan. Bukti empiris yang mendukung pernyataan bahwa faktor non keuangan menjadi salah satu penentu nilai perusahaan dapat dilihat pada hasil penelitian Choi dkk., (2010), Munasinghe dan Kumara (2013) dan Bayoud dkk., (2012). Ketiganya membuktikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan secara mantap meningkatkan harga saham perusahaan (nilai perusahaan).

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan. Menurut Elkington (1997) jika suatu perusahaan ingin terus sukses dalam melaksanakan bisnisnya maka harus memperhatikan konsep *Triple Bottom Line* yaitu 3P yang berarti *Profit, People, Planet*. Perusahaan tidak boleh hanya mengejar keuntungan, tetapi perusahaan harus bertanggungjawab dan memikirkan dampaknya pada orang (*people*) dan lingkungan (*planet*) sekitarnya.

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu isu yang paling sering dibicarakan di Indonesia. Banyak perusahaan yang sudah mulai ikut melaksanakan program CSR tetapi ada juga beberapa perusahaan yang terjerat dengan masalah CSR dan harus menanggung kerugian finansial maupun kerugian secara sosial.

Unilever, salah satu perusahaan terdepan untuk produk *Home and Personal Care* serta *Foods & Ice Cream* di Indonesia juga turut melakukan program CSR. Secara global, pada akhir 2013 Unilever telah menolong 303 juta manusia di seluruh dunia untuk meningkatkan kualitas kesehatan dan kebersihan mereka, dan pencapaian ini masih seperempat dari target keseluruhan mereka pada tahun 2020. Unilever juga berkomitmen bahwa pada 2020 akan secara 100% membeli persediaannya melalui pemasok yang berkomitmen untuk mempromosikan hak asasi manusia sebagaimana tercantum dalam kebijakan pengadaan (*Responsible Sourcing Policy*) Unilever (www.unilever.com). Kegiatan CSR yang dilakukan oleh Unilever berdampak pada bagusnya

perkembangan perusahaan secara finansial, hal ini bisa diamati dari laporan keuangan tahunan. Pada tahun 2011 Unilever membukukan profit sebesar Rp. 4.164.304.000.000 dan tahun 2012 sebesar Rp. 4.839.145.000.000. Hal ini terus mengalami kenaikan hingga pada tahun 2013 profit Unilever mencapai Rp. 5.352.625.000.000 (laporan keuangan).

Perusahaan yang tidak mempunyai kesadaran dan tanggung jawab sosial akan terjerat dengan permasalahan yang berkaitan dengan isu pertanggungjawaban sosial. Sebagai contoh kerugian dari tidak adanya program CSR dan kesadaran sosial dapat dilihat dari kasus PT. Newmon Minahasa Raya yang bermasalah dengan kasus pencemaran Teluk Buyat, karena adanya indikasi bahwa dalam operasinya telah membuang limbah tailing secara sembarangan sehingga menyebabkan adanya pencemaran lingkungan yang hingga berdampak pada rusaknya ekosistem serta munculnya penyakit yang diderita para penduduk disekitar wilayah operasinya. Permasalahan ini sempat menjadi sorotan publik nasional dan internasional, yang menyebabkan rusaknya citra perusahaan. Perusahaan akhirnya menghentikan operasinya pada tahun 2006. Akhir dari kasus ini adalah akhirnya perusahaan harus mengeluarkan pertanggungjawaban sebesar 30 juta Dollar selama sepuluh tahun sebagai bentuk program untuk pembangunan berkelanjutan dan pemantauan ilmiah lingkungan pasca-tambang di Sulawesi Utara. Hal ini merupakan bagian dari poin *goodwill-agreement* yang dibuat dengan pemerintah (www.bloomberg.com).

Dua kasus yang bertolak belakang diatas mempertegas anggapan bahwa adanya program CSR yang mempunyai konsep dan praktik yang bagus dapat

memberi dampak baik bagi perusahaan. Dahulu perusahaan hanya mementingkan kepentingan para pemegang modal, dimana untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya tanpa melihat dampak dari aktivitas perusahaan pada lingkungan disekelilingnya.

CSR muncul sebagai suatu solusi bagi permasalahan ini. CSR sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan yang dimaksudkan untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan sosial, yang dimana tindakan ini diluar dari kepentingan perusahaan yang diharuskan oleh hukum (Choi dkk., 2010). Di Indonesia sendiri CSR diwajibkan dan diatur oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selain karena alasan sosial, perusahaan melakukan CSR juga didasari dengan alasan finansial. Mengacu pada *Instrumental Stakeholder Theory* menurut Jones (1995) dalam Choi dkk. (2010) mengungkapkan bahwa perusahaan – perusahaan dengan performa sosial yang bagus cenderung untuk juga memiliki performa yang baik secara finansial dengan menarik para konsumen yang peduli

pada isu sosial. Konsumen jaman sekarang semakin cerdas dalam memilih produk, mereka tidak hanya mempertimbangkan kualitas dari suatu produk, tetapi juga melihat apakah produsen dari produk tersebut mempunyai program CSR atau peduli kepada lingkungannya atau tidak.

Praktik CSR perusahaan nantinya diungkapkan dalam *Sustainability Report* sebagai bentuk pertanggungjawaban atas program CSR yang telah dilakukan perusahaan dan sebagai cara untuk membagikan informasi CSR perusahaan kepada masyarakat ataupun konsumen perusahaan. Pengungkapan CSR dapat dijadikan landasan untuk membuat keputusan perusahaan; memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kelemahan dan kekuatan poin-poin CSR untuk nantinya mengukur nilai dari aset secara jangka panjang. Selain itu pengukuran efektif melalui laporan CSR memungkinkan perusahaan untuk melihat hubungan eksternal, menarik stakeholder yang lebih memilih untuk berurusan dengan bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan mempunyai keinginan untuk menghargai lingkungan (Waddock dan Bodwell, 2004 dalam Bayoud dkk., 2012). Adapun manfaat lain dari praktik CSR dan pengungkapannya menurut Darwin (2004) diantaranya: merekatkan hubungan dan komunikasi dengan stakeholders, menyamakan visi, misi, dan prinsip perusahaan yang berhubungan dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong adanya perbaikan perusahaan secara berkelanjutan sebagai upaya dari manajemen risiko dan melindungi citra perusahaan, serta untuk meraih competitive advantage dalam hal modal, tenaga kerja, supplier, dan pangsa pasar.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Choi dkk., (2010) meneliti hubungan antara pengungkapan CSR dengan performa finansial perusahaan di Korea pada tahun 2002 – 2008, dengan menggunakan ROA, ROE, dan Tobin's Q. ROA dan ROE digunakan sebagai indikator pengukur profitabilitas dan Tobin's Q sebagai pengukur nilai perusahaan. Hasilnya yaitu pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Munasinghe dan Kumara (2013) dan Bayoud dkk., (2012) juga menemukan hasil yang sama yaitu pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA dan ROE. Pengungkapan praktik atau aktivitas CSR menjadi suatu cara untuk memberikan informasi bagi masyarakat tentang aktivitas CSR perusahaan dan hal ini dapat memberikan citra yang bagus bagi perusahaan, sehingga banyak konsumen yang sudah sadar tentang pentingnya tanggungjawab sosial semakin loyal kepada perusahaan dan hal ini menyebabkan naiknya profitabilitas perusahaan. Selain itu pelaksanaan CSR pun akan menarik investor, dan naiknya nilai perusahaan sebagai akibat dari investor yang menanamkan saham di perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Hermuningsih (2013) dengan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang menjanjikan sehingga menarik investor yang akan memicu permintaan saham perusahaan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008). Dalam penelitiannya yang meneliti tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai

perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderator menunjukkan hasil bahwa CSR, prosentase kepemilikan manajerial, serta interaksi antara CSR dengan prosentase kepemilikan manajerial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang struktur kepemilikan manajerialnya besar dan merupakan industri yang memiliki risiko politis yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak (Retno, 2006).

Penelitian ini menggabungkan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderator dan profitabilitas sebagai variabel mediator untuk meneliti pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini akan mengambil sampel pada perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2011 – 2013. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah dalam ini digunakan variabel mediator yaitu profitabilitas dan variabel moderator yaitu kepemilikan manajerial. Serta terdapat perbedaan yang lain yaitu dalam penelitian ini akan menggunakan indikator pengungkapan CSR yang digunakan oleh Sembiring (2006) yang telah berdasar Bapepam No. VIII G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item telah sesuai untuk diterapkan di Indonesia.

Perusahaan manufaktur dipilih sebagai obyek penelitian dikarenakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari banyak sektor industri dan perusahaan manufaktur juga banyak menghasilkan kondisi yang mempengaruhi dan berdampak pada lingkungan. Selain itu sebagian besar perusahaan yang terdaftar di BEI merupakan perusahaan besar, dimana perusahaan besar biasanya menjanjikan laba yang lebih tinggi sehingga menarik

banyak investor. 3 (tiga) tahun terakhir diasumsikan dengan data yang *update* dapat merepresentasikan kondisi terkini, sehingga kesimpulan yang didapat menjadi valid.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah profitabilitas memediasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?
- b. Apakah kepemilikan manajerial memoderasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris bahwa:

- a. Profitabilitas memediasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- b. Kepemilikan manajerial memoderasi hubungan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Memberi kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi, yaitu menjadi literatur bagi mahasiswa dalam mempelajari tentang pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

2. Mengkonfirmasi *legitimacy theory*, *agency theory*, *signaling theory*, dan *stakeholder theory* dan penerapannya sesuai dengan rumusan masalah penelitian
3. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang akan memperkaya wawasan konsep pengungkapan CSR, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial dan bagaimana pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan dapat memberikan informasi atas pentingnya pengungkapan pertanggungjawaban social perusahaan di dalam laporan yang disebut *sustainability report* dan juga dapat digunakan sebagai pertimbangan ketika perusahaan akan membuat keputusan untuk meningkatkan kepedulian kepada lingkungan.
2. Bagi investor akan memberikan pandangan baru saat akan mempertimbangkan aspek aspek ketika akan melakukan aktivitas investasi.
3. Bagi masyarakat, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak hak yang harus diperoleh.
4. Bagi lembaga pembuat peraturan, penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi atau bahan pertimbangan untuk pembuatan atau pembaharuan kebijakan untuk meningkatkan standard dan kualitas kebijakan dan peraturan yang sudah ada.

1.5. Sistematika Penulisan

Laporan hasil penelitian ini disajikan dalam lima bab yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Kelima bab tersebut adalah:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi pembahasan secara garis besar tentang latar belakang dari penelitian ini mengenai pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Bab ini juga mengandung rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi landasan kepustakaan yang meliputi teori teori yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga disebutkan tentang penelitian sebelumnya, hipotesis, serta kerangka pemikiran penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi dari pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, prosedur penentuan sampel, dan teknik analisis.

BAB 4: PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum subyek dan obyek penelitian, deskripsi hasil penelitian, dan pembahasan hasil analisis.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian terakhir dari skripsi ini terdiri dari kesimpulan tentang hasil penelitian serta saran bagi penelitian sebelumnya.

