

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi

Teori Agensi diajukan oleh Jensen & Meckling pada tahun 1976. Asumsi dalam penelitian ini adalah bahwa entitas terpisah dari pemiliknya. Dalam menjalankan operasional perusahaan pemilik (*principal*) mengangkat pihak lain (*agent*) yang akan bertindak mewakili kepentingan pemegang saham. Kedua pihak terikat dalam hubungan kontrol keagenan. Namun demikian, teori ini menduga bahwa tidak selamanya agen bertindak untuk kepentingan *principal* sehingga menimbulkan konflik.

Konflik keagenan tersebut dapat diminimalkan melalui biaya keagenan (*agency cost*), yaitu penjumlahan dari biaya pengawasan (*monitoring expenditures*) oleh prinsipal, biaya perikatan (*bonding cost*) oleh agen, dan kerugian residual (*residual loss*). Biaya perikatan dikeluarkan oleh agen untuk meyakinkan bahwa bila agen telah mengambil keputusan yang optimal menurut sudut pandang prinsipal maka dia akan mendapatkan kompensasi yang layak (Jensen & Meckling, 1976). Kompensasi manajemen adalah salah satu bentuk dari biaya perikatan (*contracting cost*) oleh agen. Jika masih terdapat perbedaan pandangan antara prinsipal dan agen, maka akan terjadi konflik agensi. Ada beberapa cara untuk mengurangi konflik agensi melalui pemberian kompensasi, yaitu menurut Ho *et al.* (2004) dalam Ramadhanti (2016) dengan melalui kebijakan struktur modal dan menurut Kusuma & Susanto (2004) dalam Ramadhanti (2016) adalah kebijakan dividen.

Pengungkapan CSR merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan terutama dalam kinerja sosial. Untuk mengontrol agen ini principal meminta laporan pertanggung jawaban berupa laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan salah satu cara pemegang saham menilai performa manajemen atau agen. Dengan demikian adanya rasa tidak percaya antara principal dan agen membuat teori ini timbul. Manajemen ingin gajinya semakin naik namun pemegang saham ingin perusahaan berkembang pesat, ini lah yang menjadi gap antara principal dan agen.

Selain itu, berdasarkan teori agensi Jensen & Meckling (1976), Barnea & Rubin (2010) dalam Cai *et al.* (2011) menunjukkan bahwa jika inisiatif CSR tidak memaksimalkan nilai perusahaan, inisiatif tersebut merupakan pemborosan sumber daya berharga dan proposisi yang berpotensi merusak nilai perusahaan. Mereka lebih lanjut berpendapat bahwa orang dalam cenderung berinvestasi berlebihan dalam CSR untuk keuntungan pribadi mereka karena meningkatkan reputasi mereka sendiri sebagai warga negara yang baik.

2. Teori Stakeholder

Sementara itu, literatur tentang teori agensi biasanya menekankan maksimalisasi kekayaan pemegang saham, teori pemangku kepentingan mengharuskan manajer untuk melayani pemangku kepentingan lainnya juga (Ricart *et al.* 2005; Spitzack 2009 dalam Cai *et al.* 2011). Suatu perusahaan memiliki hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti karyawan, pesaing, konsumen, pendukung lingkungan, media, dan pemerintah. Sebagai wakil principal, eksekutif harus dianggap sebagai juru bicara untuk peserta yang lebih luas dalam proses sosial dan politik dan sebagai pembangun

koalisi di antara pemangku kepentingan eksternal (Freeman, 1984).

Teori Stakeholder adalah teori yang menyatakan bahwa keberlanjutan dan kesuksesan sebuah organisasi bergantung pada kemampuan organisasi memenuhi kebutuhan dari *stakeholder* dalam usaha untuk mencapai tujuan organisasi baik yang ekonomi maupun non-ekonomi (Pirsch *et al.* 2007 dalam Shenjaya & Juniarti, 2016). Kemudian menurut Sheehan *et al.* (2014) menyatakan bahwa berdasarkan teori *stakeholder* perusahaan tidak akan bisa berkelanjutan tanpa memperhatikan hak *stakeholder* dan kegiatan CSR bisa menjadi salah satu cara perusahaan dalam menunjukkan perhatian kepada *stakeholder*. Keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi tuntutan dan kepentingan *stakeholder*, hal ini karena akan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan (Mainardes *et al.* 2011). Mengingat semakin pentingnya teori *stakeholder* dalam literatur CSR, itu dapat menentukan kepentingan relatif dari teori agensi dan pemangku kepentingan mengenai dampak sebab akibat dari CSR pada kompensasi manajemen.

Teori *stakeholder* merupakan suatu sistem yang secara eksplisit memberikan pandangan antara perusahaan dan lingkungannya yang memiliki keterkaitan kompleks dan dinamis. Dengan demikian CSR dapat menjadi strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan. Contohnya kegiatan “Gerakan Indonesia Sehat” oleh perusahaan Le Minerale yang diharapkan mendapat simpati konsumen supaya menjaga gaya hidup sehat dan konsumen akan memberi dukungan dengan membeli produk Le Minerale. Sehingga

aktivitas perusahaan tersebut dapat menaikkan kinerja dan mencapai laba yang di targetkan.

3. Kompensasi Manajemen

Kompensasi adalah pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan (Hasibuan, 2003). Sedangkan menurut Sofyandi (2008), kompensasi adalah bentuk biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dengan harapan bahwa perusahaan akan memperoleh imbalan dalam bentuk prestasi kerja dari karyawan.

Secara garis besar tujuan kompensasi adalah untuk memotivasi karyawan. Motivasi pegawai ini merupakan faktor penting dan diperlukan oleh perusahaan dalam rangka mempertahankan kinerja perusahaan (Verizqy& Kusumastuti, 2014). Selain itu tujuan kompensasi adalah sebagai imbalan (*reward*) untuk mempertahankan dan menarik karyawan yang potensial maupun berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat menghasilkan produktivitas yang kompetitif sehingga dapat mencapai sasaran strategi perusahaan sehingga kebutuhan (imbalan) karyawan juga akan terpenuhi (Prasetya, 2008).

Menurut Muljani (2002) pada prinsipnya imbalan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu imbalan intrinsik dan imbalan ekstrinsik. Imbalan intrinsik yaitu imbalan yang mencakup kompensasi langsung (gaji pokok, upah lembur, pembayaran insentif, tunjangan, bonus) sedangkan imbalan ekstrinsik yaitu imbalan yang diterima karyawan untuk dirinya sendiri, kompensasi tidak langsung (jaminan sosial, asuransi, pensiun, pesangon, cuti kerja, pelatihan dan liburan) dan imbalan bukan uang, misalnya rasa aman, atau lingkungan kerja

yang nyaman, pengembangan diri, fleksibilitas karier, peluang kenaikan penghasilan, simbol status, pujian dan pengakuan. Dalam kaitannya kompensasi perusahaan yang diberikan secara langsung biasanya terdiri dari beberapa elemen, elemen yang pertama adalah gaji pokok, biasanya diterima dalam bentuk uang tunai dan tidak terkait dengan kinerja. Kedua adalah bonus, yang dihitung berdasarkan pencapaian target tertentu, biasanya mengacu pada keuntungan perusahaan yang dituangkan dalam laporan keuangan dan yang ketiga adalah kompensasi berbasis ekuitas (*equity based compensation*), yang terdiri dari opsi saham (*stock option*) dan hibah saham (*stock grant*).

4. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu proses penting dalam merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antar *stakeholders* pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis, baik secara internal (pekerja, shareholders dan penanaman modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

Di dalam perkembangan global dan tuntutan pihak internal dan eksternal, menuntut kegiatan CSR menjadi satu kewajiban perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap *stakeholders*. Menurut Ginting, (2007) ada beberapa perbedaan dalam penerapan CSR di negara-negara Eropa dan Amerika. Perusahaan di Eropa penerapan CSR dilakukan berdasarkan peraturan atau regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat sehingga

pelaksanaan CSR didasarkan pada desakan dan saksi yang harus dipatuhi sedangkan dalam perusahaan Amerika pelaksanaan CSR merupakan tindakan sukarela atas dasar kepedulian perusahaan terhadap dampak lingkungan dan sosial dalam masyarakat. Di Indonesia sendiri, CSR telah diatur dalam 2 undang-undang (UU), UU No.40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (PT) dan UU No.25 tahun 2007 pasal 15,17 & 34 tentang Penanaman Modal. Dengan diberlakukannya Undang-Undang tersebut maka secara tidak langsung perusahaan wajib untuk melaksanakannya, sehingga perusahaan yang berada di Indonesia dapat turut berperan serta dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan tetap mempertimbangkan faktor lingkungan hidup (Ladina *et al*, 2016).

Perkembangan CSR di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah salah satu organisasi di dunia yang menghasilkan standar pelaporan paling banyak yang digunakan untuk *sustainability reporting* atau pelaporan berkelanjutan (Wulodo& Rahmawati, 2017). Standar ini dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja, ekonomi, sosial dan lingkungan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

5. Corporate Governance

Good Corporate Governance merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholders* (Monks, 2003 dalam Halimatusadiah & Gunwan, 2014). Suatu sistem pengelolaan perusahaan yang dirancang untuk meningkatkan kinerja perusahaan, melindungi kepentingan *stakeholders* dan meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan serta nilai-

nilai etika yang berlaku secara umum. *Corporate governance* merupakan suatu konsep yang menyangkut struktur perusahaan, pembagian tugas, pembagian kewenangan dan pembagian beban tanggung jawab dari masing-masing unsur yang membentuk struktur perusahaan dan mekanisme yang harus ditempuh oleh masing-masing unsur dari perusahaan tersebut, serta hubungan-hubungan antara unsur-unsur dari struktur perusahaan itu mulai dari RUPS, direksi, komisaris, juga mengatur hubungan-hubungan antara unsur-unsur dari struktur perusahaan dengan unsur-unsur di luar perusahaan yang pada hakekatnya merupakan *stakeholders* dari perusahaan.

Menurut Newel & Wilson (2002) secara teoritis, *praktik corporate governance* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan, meningkatkan kinerja keuangan, mengurangi risiko yang mungkin dilakukan oleh eksekutif dengan keputusan-keputusan untuk menguntungkan diri sendiri serta secara umum meningkatkan kepercayaan investor.

Filosofi dasar *Corporate governance* timbul sebagai upaya untuk mengatasi perilaku manajemen dari sikap oportunistik untuk menciptakan pengawasan dalam perusahaan yang memastikan adanya optimalisasi atas pemenuhan kepentingan stakeholder serta menciptakan efisiensi bagi perusahaan. Pedoman Umum tentang *Good Corporate Governance* di Indonesia yang disusun oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) pada tahun 2006 menyebut lima asas GCG yaitu transparansi (*Transparency*), akuntabilitas (*Accountability*), tanggung jawab (*Responsibility*), independensi (*Independency*) serta kewajaran dan kesetaraan (*Fairness*).

Pemenuhan prinsip transparansi bagi pemegang saham adalah untuk mendapatkan keterbukaan informasi material perusahaan sehingga dapat

memberikan kemudahan untuk bahan pertimbangan pemegang saham atau calon investor. Selain itu, transparansi juga dapat memudahkan pengawasan terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan manajer perusahaan.

Prinsip akuntabilitas didasarkan pada sistem internal *checks and balances* yang mencakup praktik audit yang sehat. Praktik audit yang sehat dan independen akan sangat diperlukan untuk menunjang akuntabilitas perusahaan. Selain itu, akuntabilitas dapat dicapai melalui pengawasan efektif yang didasarkan pada keseimbangan kewenangan para pemegang saham, komisaris dan direksi.

Penerapan prinsip tanggung jawab merupakan perwujudan dari tanggung jawab perusahaan untuk mematuhi dan menjalankan setiap aturan yang telah ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku secara konsekuen.

6. Kinerja Perusahaan

Menurut Menteri Keuangan RI berdasarkan Keputusan No. 740/KMK.00/1989 tanggal 28 Juni 1989, kinerja adalah prestasi yang dicapai oleh perusahaan selama periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan dari perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2009:4), informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan. Menurut Sugiri, *et al.* (2017) kompensasi meningkat seiring meningkatnya kinerja perusahaan. Sebaliknya, itu menurun ketika kinerja perusahaan menurun. Namun, hanya ada studi terbatas tentang masalah ini. Beberapa peneliti lain memperkirakan bahwa besarnya perubahan dalam biaya

karena perubahan dalam kegiatan akan lebih tinggi ketika aktivitas meningkat (Cooper *et al.* 1998)

B. Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh CSR terhadap Kompensasi Manajemen

Meskipun banyak literatur tentang CSR dan kompensasi manajemen, tetapi tidak ada teori yang sama tentang hubungan antara keduanya. Dalam kaitannya dengan teori agensi dan teori stakeholder maka, Pertama, berdasarkan teori agensi Jensen dan Meckling (1976), Barnea dan Rubin (2010) menganggap keterlibatan CSR sebagai hubungan agen utama antara manajer dan pemegang saham. Mereka berpendapat bahwa orang yang berafiliasi memiliki minat untuk melakukan investasi lebih dalam CSR, jika hal itu memberikan keuntungan pribadi dalam membangun reputasi sosial sebagai warga negara yang baik, meskipun dengan mengorbankan para pemegang saham.

Milbourn (2003) menunjukkan hubungan positif antara reputasi manajemen dan kompensasi berbasis saham setelah mengendalikan berbagai karakteristik perusahaan dan efek industri. Ketika reputasi mereka meningkat, para manajemen akan menikmati peluang karier di luar yang lebih baik dan kekuatan tawaran yang lebih besar, yang pada akhirnya akan meningkatkan kemampuan mereka untuk menegosiasikan tingkat kompensasi yang lebih tinggi. Jika manajemen cenderung berinvestasi lebih dalam CSR untuk membangun reputasi mereka, maka kita akan mengharapkan hubungan positif antara CSR dan kompensasi manajemen.

Kedua, dari sisi teori stakeholder menunjukkan bahwa perusahaan melakukan CSR tidak hanya untuk menghasilkan laba dan mematuhi

peraturan, tetapi juga untuk menjadi etis dan mendapatkan dukungan sosial (Carroll, 1999). Freeman (1984) mendefinisikan kemampuan manajemen pemangku kepentingan sebagai pemahaman manajer tentang pemetaan konseptual di antara para pemangku kepentingan mereka, proses organisasi untuk menangani para pemangku kepentingan dan melakukan transaksi dengan para pemangku kepentingan yang diperlukan perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi. Jika manajer memiliki keleluasaan untuk menawarkan perlindungan pemangku kepentingan, maka, kadang-kadang, mereka dapat menjadi mengakar dengan membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan non-investasi dan aktivis sosial, yang mengarah ke kinerja keuangan yang buruk.

Dalam penelitian terdahulu seperti Rekker *et al.* (2014), Miles *et al.* (2013), Cai *et al.* (2011), menemukan hasil penelitian dimana semakin sering perusahaan terlibat dalam kegiatan CSR maka perusahaan cenderung memberikan kompensasi yang lebih rendah terhadap manajemen, selain itu kompensasi yang terlalu tinggi dapat memiliki konsekuensi negatif terhadap perusahaan.

Menurut Cespa & Cestone (2007) menyatakan bahwa dengan terlibat dalam CSR, perusahaan dapat secara eksplisit menawarkan perlindungan pemangku kepentingan untuk mencegah manajer berkinerja buruk dari membangun aliansi dengan pemangku kepentingan, dan karena itu meningkatkan efisiensi dalam memantau manajer perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Mahoney & Thorn (2006) dan Karim, *et al.* (2015) yang menemukan bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki tingkat kompensasi total manajemen yang relatif tinggi.

Mereka memeriksa dampak dari keterlibatan CSR perusahaan terhadap kompensasi manajemen dimana menunjukkan hubungan positif signifikan. Artinya bahwa aktivitas CSR perusahaan memengaruhi struktur kompensasi CEO dengan cara yang diinginkan yang memotivasi CEO untuk menyelaraskan kepentingan mereka dengan kepentingan pemegang saham yang akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Ini juga menyiratkan bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki sistem tata kelola perusahaan yang berfungsi dengan baik dalam merancang paket kompensasi Manajemen. Berdasarkan pembahasan di atas maka hipotesis 1 adalah:

H1: CSR berpengaruh positif terhadap Kompenasi Manajemen.

2. Pengaruh *Corporate Governance* terhadap hubungan antara CSR terhadap kinerja perusahaan

Masalah keagenan akan muncul apabila manajer menempatkan tujuan dan kesejahteraan sendiri, disisi lain berdasarkan teori *stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi berdasarkan kepentingannya, akan tetapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Dengan pengungkapan informasi aktivitas perusahaan diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Menurut penelitian Dahlia & Siregar (2008) terdapat hubungan positif signifikan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui peningkatan fluktuasi harga saham dari tahun ke tahun. Hasil ini didukung dengan penelitian Pramana & Yadnyana (2016) bahwa perusahaan yang melakukan

pengungkapan CSR akan direspon positif oleh pasar. Selain itu, kinerja perusahaan ditentukan sejauh mana keseriusan perusahaan menerapkan *corpororate governance*.

Perusahaan meyakini bahwa implementasi *corporate governance* dapat memaksimalkan nilai perusahaan sehingga kegiatan CSR bukan merupakan kegiatan pemborosan sumber daya berharga dan proposisi yang berpotensi merusak nilai perusahaan tetapi merupakan bentuk lain penegakan etika bisnis dan etika kerja yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan. Dalam kaitannya mengelola perusahaan, *corporate governance* juga bagian dari mempromosikan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (Irawan& Farahmita, 2012). Sehingga adanya *corporate governance* akan memperkuat pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan pembahasan di atas maka hipotesis 2 adalah:

H2: Corporate Governance yang baik akan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap kinerja perusahaan.

3. Pengaruh Kinerja perusahaan terhadap kompensasi manajemen

Selain itu kinerja perusahaan juga dapat berpengaruh dalam penentuan kompensasi, ini dikarenakan menurut asumsi teori *agensi* Jensen & Meckling (1976) bahwa setiap individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. *Principal* menginginkan pengembalian investasi yang menguntungkan sedangkan *agen* mengharapkan *reward* yang tinggi atas kinerjanya memenuhi tuntutan *principal*. Tercapainya tujuan perusahaan dikarenakan adanya kepuasan manajemen dalam besarnya kompensasi yang diberikan. Kepuasan akan memicu manajemen untuk terus meningkatkan kinerjanya, sehingga

tujuan perusahaan maupun kebutuhan manajemen akan tercapai secara bersama (Muljani, 2002). Menurut penelitian Conyon & He (2011) besaran kompensasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan, hal ini dikarenakan bisa saja perusahaan mengganti manajemen apabila kinerjanya buruk sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan. Selain itu juga menurut Irawan & Farahmita (2012) kinerja perusahaan dapat berpengaruh dalam penentuan kompensasi, karena manajemen berkewajiban memanfaatkan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan penelitian Wicaksono, (2017) dimana kinerja perusahaan berpengaruh terhadap besaran kompensasi. Berdasarkan pembahasan di atas maka hipotesis 3 adalah:

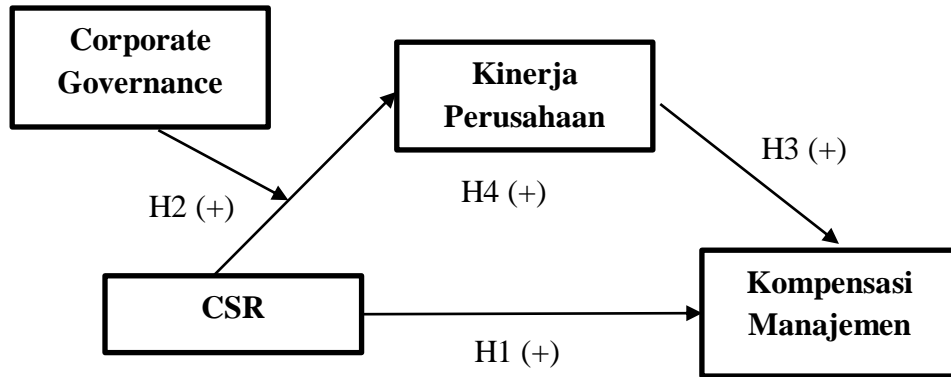
H3: Kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap kompensasi manajemen.

4. Pengaruh tidak langsung Kinerja Perusahaan terhadap hubungan antara CSR terhadap kompensasi manajemen.

Kegiatan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan ke publik adalah sebagai upaya untuk meningkatkan citra perusahaan. Menurut Lindawati & Puspita (2015) berpendapat bahwa pengungkapan informasi sosial menjadi sarana bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan. Reputasi ini diharapkan akan direspon positif oleh pelaku pasar dalam bentuk peningkatan nilai saham perusahaan. Respon positif yang mengindikasikan peningkatan kinerja perusahaan, diharapkan akan menguntungkan manajemen ketika hal tersebut dikaitkan dengan kompensasi. Artinya secara tidak langsung CSR akan meningkatkan kompensasi manajemen ketika CSR direspon positif oleh pasar. Berdasarkan pembahasan di atas maka hipotesis 4 adalah:

H4: CSR secara tidak langsung berpengaruh positif terhadap kompensasi manajemen melalui kinerja perusahaan.

C. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian