BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Laporan tahunan merupakan media utama penyampaian informasi oleh manajemen kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi keuangan dan non keuangan yang akan digunakan dalam berbagai macam keputusan. Laporan tahunan menjadi alat utama para manajer untuk menunjukkan efektifitas pencapaian tujuan dan untuk melaksanakan fungsi pertanggungjawaban dalam organisasi (Suripto, 1999). Adanya informasi yang disajikan dalam laporan tahunan secara lengkap, akurat, serta tepat waktu memungkinkan pihak-pihak yang berkepentingan untuk menggunakan informasi sesuai dengan kepentingannya. Investor dan Kreditor misalnya, adalah salah satu pihak yang menggunakan informasi yang disajikan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan mencakup seluruh informasi mengenai kegiatan perusahaan baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan.

Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (Sembiring, 2005). Isu tanggung jawab sosial perusahaan mulai dikenal sejak tahun 1970-an yang digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi terhadap lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya yang

dibuat dalam laporan sosial secara terpisah (Guthrie dan Mathews 1985, dalam Sembiring, 2005). Warmasubun (2003) dalam Nurmansyah (2006) menyebutkan bahwa, istilah *Corporate Social Responsibility* mengacu pada pertanggungjawaban sektor bisnis dalam kaitannya dengan semua pihak yang terlibat, mempengaruhi, dan yang terkena dampak dari sebuah bisnis. Tanggung jawab sosial berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan *(sustainability)*, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktifitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuntungan atau deviden saja, melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan pada saat ini maupun masa yang akan datang, karena meskipun tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, namun perusahaan tersebut tidak dapat lepas dari masyarakat. Hal tersebut dikarenakan dalam mendirikan perusahaan membutuhkan bantuan dari masyarakat, pemilik sebuah perusahaan adalah individu bagian dari masyarakat, dan eksekutif pengelola serta karyawannya adalah individu-individu yang juga merupakan bagian dari masyarakat. Tujuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan tidak mungkin tercapai tanpa adanya masyarakat yang menjadi pasar dari produknya.

Sebuah kegiatan bisnis sudah pasti membawa dampak bagi masyarakat dan elemen-elemen yang ada di dalamnya serta lingkungan tempat hidup masyarakat tersebut. Secara lebih sederhana, tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas

masyarakat dan lingkungan tersebut dimana dalam proses pengambilan keuntungan itu, perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan maupun dampak sosial lainnya (Irawan, 2008). Anggraini (2006) menyebutkan bahwa kadangkala perusahaan melalaikan tanggung jawabnya terhadap lingkungan sekitar dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Rika dan Islahudin (2008) menyebutkan bahwa Penerapan *Corporate Social Responsibility* di dalam perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya. Hal ini karena kualitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005 sangat rendah dan belum mengikuti standar yang dikeluarkan oleh GRI (*General Reporting Indexs*).

Wacana mengenai tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia mulai mengemuka sejak tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan praktek pertanggungjawaban sosial dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan (Rika dan Islahuddin 2008). Hal ini terjadi karena di Indonesia belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, dan tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya), disamping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR.

Gray *et al,* (1987) dalam Sembiring (2005), tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, seperti polusi, kelangkaan sumberdaya, pencemaran limbah pabrik, kualitas produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Di Indonesia, beberapa dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan seperti kerusakan lingkungan, minimnya perlindungan konsumen atas kualitas produk, keterlambatan pembayaran gaji, serta minimnya jaminan keselamatan transportasi menuntut perusahaan mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya secara optimal.

Pertimbangan manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh faktor biaya dan manfaat (Suripto, 1999). Manajemen akan mengungkapkan informasi secara sukarela bila manfaat yang diperoleh dari pengungkapan informasi tersebut lebih besar dari biayanya. Manfaat pengungkapan tanggung jawab sosial bagi perusahaan adalah untuk menciptakan *image* yang baik kepada masyarakat dan membantu investor serta kreditor memahami resiko investasi. Seharusnya, pertimbangan perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan pada pertimbangan moral sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat yang memiliki andil besar terhadap keberlangsungan hidup perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Anggraini (2006) menyatakan bahwa hal tersebut termasuk menjadi kelemahan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia karena belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial,

akibatnya yang terjadi di dalam praktek, perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial disebuah perusahaan sangat berkaitan dengan tingkat penerapan *corporate governance.* Pelaksanaan *corporate governance* menuntut adanya perlindungan yang kuat terhadap hak-hak pemegang saham, terutama pemegang saham minoritas (Khomsiyah, 2003). Prinsip-prinsip dan pedoman *corporate governance* tidak hanya melindungi hak pemegang saham, tetapi termasuk semua pihak yang berkepentingan dengan perusahaan termasuk masyarakat. *Corporate governance* dibangun berdasarkan asumsi teori agensi dimana terjadi konflik kepentingan antara manajemen dengan pemilik perusahaan, disebabkan karena perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak dan adanya ketidakseimbangan informasi.

Terjadinya ketidakseimbangan informasi (*information asymetri*) disebabkan karena pemilik (*principal*) tidak menerima seluruh informasi mengenai kegiatan perusahaan. Hal ini terjadi karena pihak manajemen (*agent*) tidak menyediakan seluruh informasi yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan dengan alasan penghindaran dari resiko atas kelemahan yang dimiliki oleh manajemen, pengungkapan membutuhkan biaya yang besar, dan lain sebagainya (Khomsiyah, 2003). Teori keagenan menyebutkan, terjadinya konflik antara *stakeholders* dengan manajemen dapat diatasi dengan cara manajer mengungkapkan informasi sebanyak-banyaknya kepada pemegang saham (Zulhelmi, 2004).

Berdasarkan hubungan keagenan, konflik kepentingan antara pemilik perusahaan (*Principal*) dengan manajemen (*Agent*) terjadi manakala antara satu dari kedua pihak tersebut tidak terpenuhi haknya. Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil (Jensen dan Macling 1976, dalam Anggraini 2006). Semakin besar kepemilikan manajer dalam perusahaan, manajer akan berusaha melakukan berbagai tindakan produktif untuk meningkatkan nilai perusahaan. Salah satunya, manajer akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan *image* yang baik kepada masyarakat umum, walaupun untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial manajer memerlukan biaya yang besar. Penelitian Anggraini (2006) berhasil menunjukkan hubungan positif antara kepemilikan manajerial terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan replikasi penelitian dengan judul "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006 sampai 2008)". Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008). Perbedaannya terletak pada periode penelitian yaitu tahun 2006 sampai dengan tahun 2008, perusahaan yang menjadi sampel adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) baik lembaga

keuangan maupun non keuangan untuk periode tahun 2006 sampai dengan 2008.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti dapat merumuskan permasalahan yang akan diuji sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah prosentase kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji pengaruh prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating dalam hubungannya antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

D. Manfaat penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi pemerintah, dapat memberikan gambaran terhadap sejauh mana pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan sehingga pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi Indonesia.
2. 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 terhadap lingkungan sosial.
3. Bagi investor, dapat memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam berinvestasi yang tidak hanya terpaku pada ukuran-ukuran moneter saja.
4. Bagi masyarakat, dapat memberikan simulasi secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
5. 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.