

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

*Corporate Sosial Responsibility* memiliki banyak pengertian, majalah Bisnis edisi CSR tahun 2007, menyebutkan beberapa definisi CSR menurut berbagai organisasi (Suharto, 2008), yaitu:

- a. Menurut ISO 26000, CSR adalah : “Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat ; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku international ; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh“.
- b. *World Business Council for Sustainable Development* : “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workspace and their families as well as local and society at large*”. Artinya bahwa komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnsi untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya

meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

- c. *International finance Corporation* : Komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.
- d. *Canadian Government*: Kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi, dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggungjawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang.
- e. *Institute of Chartered Accountants, England and Wales* : Jaminan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungannya, seraya memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*shareholders*) mereka.
- f. *European Commision*: Sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.
- g. *CSR Asia* : Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders*.

Meskipun begitu banyak pengertian yang menjelaskan tentang CSR namun inti dari itu semua dalam etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban kepada pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholders*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik, atau investor, pemerintah, suplier, bahkan juga kompetitor (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Penelitian Ronni (2008) juga mengungkapkan bahwa saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan atau laba semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat. Secara ekonomi, memang perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi tingginya, tetapi pada aspek social perusahaan juga diharuskan memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Para investor juga memperhatikan masalah kepedulian sosial ke dalam proses pengambilan keputusan investasi, karena itu perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan. Manajemen perusahaan saat ini tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang

ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial. Tanggung jawab sosial dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya (Sembiring, 2006 dalam Ronni, 2008).

Penerapan CSR akan berdayaguna bagi perusahaan apabila aspek-aspek seperti komitmen organisasi perusahaan pada semua level, perubahan budaya dan perilaku dalam perusahaan, kejelasan tujuan, proses manajemen dan kinerja implementasi CSR, serta dukungan sumber daya finansial dan nonfinansial terpenuhi, tanpa memperhatikan hal-hal ini maka CSR tidak lebih dari slogan kosong (Fajri, 2006). Menurut Tanaya (2004) dalam Nurmansyah (2006) terdapat tujuh manfaat CSR, yaitu : daya saing berkelanjutan (*sustainable competitiveness*), peluang bisnis baru, menarik serta mempertahankan investor dan mitra bisnis, kerjasama dengan komunitas lokal, menghindari krisis akibat malpraktik, dukungan pemerintah, dan modal politik.

Menurut penelitian Almilia dan Wijayanto (2007) dalam Dahlia dan Siregar (2008), perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja keuangan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan

fluktuasi harga saham perusahaan dipasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun.

CSR akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa akan mendatang. Investor juga ingin investasinya dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaanya memiliki citra yang baik di mata masyarakat umum. Dengan demikian, apabila perusahaan melakukan program-program CSR diharapkan berkelanjutan, sehingga perusahaan akan berjalan dengan baik (Chairil, 2007).

Berbagai riset, terutama yang dilakukan oleh Orlitzky dan kawan-kawannya (Orlitzky, 2005a; Orlitzky 2005b; Orlitzky dan Benjamin, 2001; Orlitzky , Schmidt, dan Rynes, 2003) dalam (makalah lingkaran studi CSR, 2009), membuktikan bahwa kinerja CSR berhubungan secara positif dengan kinerja finansial. Para penelitian lain juga banyak yang sampai kepada kesimpulan yang serupa. Hubungan keduanya, menurut penelitian-penelitian itu adalah saling menguatkan, sehingga melakukan CSR terutama bagi *stakeholder engagement* dengan setengah hati adalah sebuah kesalahan.

## **2. Return on Investment (ROI)**

ROI paling sering dipergunakan sebagai tolok ukur kinerja karena analisis ini mampu menggambarkan proporsi atas profitabilitas yang diperoleh perusahaan berkaitan dengan investasi yang dilakukan (Nustini, 2003). ROI menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan, sehingga semakin tinggi

rasio ini berarti kinerja perusahaan semakin baik (Murtini dan anggraeni, 2006). Semakin tinggi ROI berarti kinerja keuangan semakin baik dan keuntungan juga semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan biasanya harga saham akan meningkat.

Peningkatan *return* merupakan salah satu komponen yang sangat diperhatikan oleh investor sebelum mereka memutuskan untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan. Laba yang diperoleh perusahaan merupakan suatu informasi yang menarik bagi (calon) investor. Laba selain menunjukkan kinerja perusahaan yang bagus, secara tidak langsung memberikan informasi tentang dividen yang akan diterima investor, sehingga informasi laba perusahaan tersebut mempengaruhi informasi harga dan saham di perdagangan bursa efek (Indah dan Sinta, 2006).

### **3. Kepemilikan Manajerial**

Schroeder, *et al.* (2001) dalam Christiawan dan Tarigan (2007) berpendapat bahwa kepemilikan manajemen adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Di dalam laporan keuangan, keadaan ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Karena hal ini merupakan informasi penting bagi pengguna laporan keuangan maka informasi ini akan di ungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan. Adanya kepemilikan manajerial menjadi hal yang menarik jika dikaitkan dengan *agency theory*. Di dalam kerangka

*agency theory*, hubungan antara manajer dan pemegang saham digambarkan sebagai hubungan antara agent dan *principal*.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menganalisis bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh distribusi kepemilikan antara pihak manajer yang menikmati manfaat dan pihak luar yang tidak menikmati manfaat. Di dalam kerangka ini, peningkatan kepemilikan manajemen akan mengurangi *agency difficulties* melalui pengurangan insentif untuk mengkonsumsi manfaat atau keuntungan dan mengambil alih kekayaan pemegang saham. Pengurangan ini sangat potensial dalam misalokasi resources, yang pada gilirannya untuk peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepemilikan saham oleh manajer mempengaruhi kinerja perusahaan. Bahkan penelitian ini berhasil membuktikan arah hubungannya yaitu tidak selalu sama (*non monotonic*). Arah hubungan akan berbeda untuk setiap rentang persentase kepemilikan (Mudambi, 1995 dalam Christiawan dan Tarigan, 2007). Sedangkan penelitian Kumar dan Coles dalam Cristiawan dan Tarigan (2007) menunjukkan terdapat hubungan antara kepemilikan manajerial dan kinerja perusahaan.

## **B. Hasil Penelitian Terdahulu Dan Penurunan Hipotesis**

### **3. CSR dan Kinerja Perusahaan**

Penelitian Heal dan Garret (2004) dalam Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan bahwa aktifitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Sedangkan penelitian Siegel dan Paul (2006) dalam Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan bahwa aktifitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan.

Study literatur yang dilakukan oleh Finch (2005) dalam Dahlia dan Siregar (2008) dikatakan bahwa motivasi perusahaan menggunakan *Sustainability Reporting Framework* adalah untuk mengkomunikasikan kinerja manajemen dalam mencapai keuntungan jangka panjang perusahaan kepada para *stakeholder*. Seperti perbaikan kinerja keuangan, kenaikan dalam *competitive Advantage*, maksimasi profit, serta kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang.

Selain itu menurut Mc Guire dkk (1998), dalam Balabanis, Phillips, dan Lyall dalam Dahlia dan Siregar (2008), aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak Bank, investasi maupun lembaga pemerintahan, dan dari perbaikan hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan. Menurut Kiroyan (2006), dalam Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa dengan menerapkan CSR,



diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang.

Banyak literatur tentang CSR yang telah membuktikan secara empiris bahwa ada hubungan positif antara CSR dengan kinerja keuangan, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Balabanis, Philips dan Lyall (1998), Heal dan Garret (2004), Siegel dan Paul (2006), Fiori, Donato, Izzo(2005), dan Finch (2005) dalam Dahlia dan Siregar (2008). Penelitian Arimawati (2008) membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara pengungkapan aktivitas CSR perusahaan pada profitabilitas yang digambarkan oleh ROI. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hanny (2008) menyatakan bahwa aktivitas CSR tidak berpengaruh terhadap yang signifikan terhadap ROA dan ROE perusahaan. Penelitian Dahlia dan Siregar (2008) menyimpulkan tidak ada hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu. Maka dapat diajukan hipotesis pertama, yaitu:

H1 : Pengungkapan aktivitas CSR (*CSR disclosure*) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### 4. Kepemilikan Manajerial, CSR dan Kinerja perusahaan

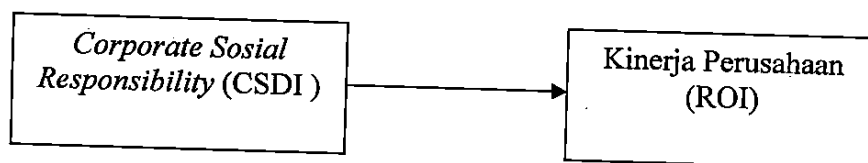
Prosentase kepemilikan manajerial yang tinggi mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerjanya, karena manajemen akan ikut menanggung kerugian apabila perusahaan merugi. Sehingga semakin tinggi kepemilikan manajerial di dukung dengan pengungkapan aktifitas CSR yang tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Retno (2006) menemukan bahwa variabel prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi social dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Selain itu Junaidi (2006) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) berargumen bahwa kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktifitas perusahaan dan dia menyimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan akan meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Nurlala dan Islahuddin (2008) bahwa prosentase kepemilikan manajemen dalam penelitiannya tidak dapat bertindak sebagai moderating dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

H2 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan antara *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dan kinerja perusahaan.

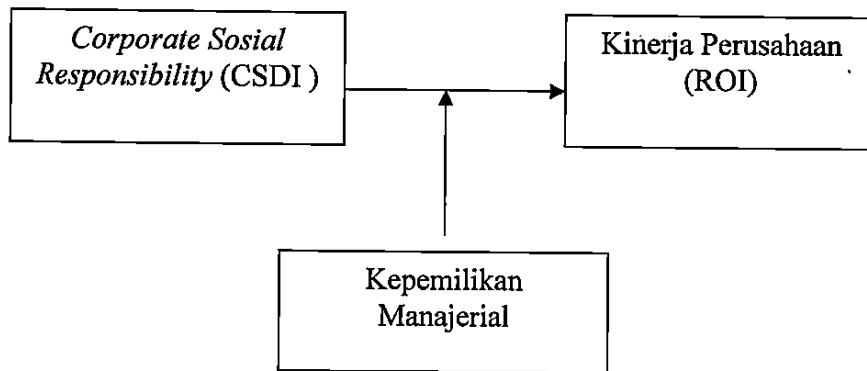
### C. Model Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan, sedangkan variabel independenya adalah CSR. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1.

Model Hubungan CSR dengan Kinerja Perusahaan



Gambar 2.2

Model hubungan CSR, Kinerja Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial