

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang Masalah

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008). Naik turunnya nilai perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial (*Corporate Social Responsibility*). Perusahaan berharap jika dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang (Sayekti, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah wacana yang menjadikan perusahaan tidak hanya berkewajiban atau beroperasi untuk pemegang saham (*shareholders*) saja namun juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders*. CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial dimana perusahaan tersebut berada. Pemikiran tersebut didasarkan pada 3P yaitu (*profit, people, planet*) menurut *Global Compact Initiative* yaitu tujuan perusahaan tidak hanya memburu

keuntungan ekonomi (*profit*) namun juga untuk kesejahteraan orang (*people*), dan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan hidup planet ini. (Nugroho, 2005).

Hackston dan Miley (1996) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan sebagai penyediaan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan kegiatan operasi perusahaan dengan keadaan sosial dan lingkungan, sebagaimana dinyatakan dalam laporan tahunan atau laporan sosial yang terpisah. Pengungkapan tanggung jawab sosial mencakup rincian lingkungan, energi, sumber daya manusia, produk, dan keterlibatan masyarakat.

Perusahaan saat ini tidak lagi ditekankan pada tanggung jawab *single bottom line* yaitu pada nilai perusahaan yang dapat dilihat dari ukuran keuangan saja tetapi juga berpijak pada *tripel bottom line* yang terdiri dari nilai keuangan, sosial dan lingkungan. Ukuran keuangan tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) tanpa memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan daerah sekitar (Daniri, 2009).

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola atau memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan (Cahaya, 2010).

Undang-undang tersebut mewajibkan industri atau korporasi-korporasi untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat bahwa pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup (Cahaya, 2010).

Anggraini (2006) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan. Anggraini (2006) dari hasil penelitian menemukan bahwa variabel persentase kepemilikan institusional berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Semakin besar kepemilikan institusional di dalam sebuah perusahaan, maka tingkat tekanan terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial pun semakin besar. Selain itu dari penelitian yang telah dilakukan oleh Junaidi (2006) berargumen bahwa kepemilikan oleh institusional yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan karena saham yang dimiliki oleh pemegang saham institusional biasanya merupakan saham yang dominan, sehingga dari penelitiannya dia menyimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan institusional akan meningkatkan nilai perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan.
- 2) Apakah persentase kepemilikan institusional memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- 1) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- 2) Pengaruh persentase kepemilikan institusional sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

- 1) 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 pada lingkungan sosial.
- 2) Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

- 3) Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
- 4) 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.

1.5. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Nurlela (2008) yang berjudul *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*. Perbedaan antara Penelitian yang telah dilakukan oleh Nurlela (2008) dengan penelitian sekarang yaitu *event window* (waktu pengamatan) penelitian sekarang dilakukan selama periode 2008-2009, namun untuk sektor sampel penelitiannya terkait dengan sektor usahanya masih sama yaitu diambilkan dari perusahaan yang bergerak di bidang selain Bank dan Lembaga keuangan. Penelitian ini juga menambahkan item CSR yang sebelumnya hanya berjumlah 32 menjadi 78 item yang diambilkan dari penelitian Siregar (2008). Selain itu, penelitian yang sebelumnya variabel pemoderatingnya adalah kepemilikan manajemen namun pada penelitian sekarang kepemilikan institusional sebagai variabel pemoderatingnya.