

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Peneliti Terdahulu**

Beberapa Penelitian terdahulu yang mendasari peneliti untuk melakukan pengujian kembali yaitu :

##### **a. Ni Wayan Rustiarini 2010**

Penelitian ini di lakukan oleh Ni Wayan (2010) menguji tentang Pengaruh *Corporate Governance* pada hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Corporate Governance* sebagai variabel moderating yang diproksikan adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai tahun 2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan, *corporate governance* berpengaruh pada nilai perusahaan dan *corporate governance* merupakan variabel pemoderasi pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

**Persamaan :**

Persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini adalah:

- a. Variabel dependen: nilai perusahaan.
- b. Variabel independen: pengungkapan CSR

**Perbedaan :**

Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini adalah:

- a. Variabel Moderating peneliti sebelumnya kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit sedangkan peneliti ini menggunakan Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional.
- b. Indikator pengungkapan: peneliti sebelumnya menggunakan indeks dari penelitian Sembiring, sedangkan penelitian ini menggunakan indeks GRI.
- c. Sampel penelitian: sampel yang digunakan peneliti terdahulu pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008 sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur dari tahun 2008-2011.

**b. Barbara dan Suharti 2008**

Penelitian ini menguji peranan CSR dalam nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan prosentase pengelolaan kepemilikan dan pengelolaan jenis industri sebagai variabel moderator. Penelitian ini menggunakan sampel dari 131 perusahaan yang terdaftar di Bursa Saham Indonesia selama tahun 2005 dan 2006. Hasil dari penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen, tipe industri, dan variabel-variabel yang berinteraksi pada nilai perusahaan secara simultan dan *corporate social responsibility* memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan, akan tetapi prosentase kepemilikan manajemen dan jenis industri tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

**Persamaan:**

Persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini :

- a. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen
- b. CSR sebagai variabel independen.

### **Perbedaan:**

Peneliti sebelumnya dengan peneliti ini :

- a. Variabel moderating yaitu prosentase pengelolaan kepemilikan dan pengelolaan jenis industri sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional
- b. Pengukuran pengungkapan CSR. Penelitian terdahulu menggunakan indeks pengungkapan CSR dari penelitian Sembiring. Sedangkan penelitian ini menggunakan indikator GRI.
- c. Peneliti terdahulu Sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Saham Indonesia selama tahun 2005 dan 2006 sedangkan peneliti ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2011.

### **c. Rika Nurlela dan Islahuddin(2008)**

Menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel *moderating*. Sampel penelitian ini perusahaan-perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ tahun 2005, berdasarkan *Indonesian Capital Market Directory* perusahaan yang terdaftar di BEJ selama tahun 2005 berjumlah 41 dari 340 perusahaan yang ada, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan

prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Persamaan :**

Persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini :

- a. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen
- b. CSR sebagai variabel independen

**Perbedaan :**

Peneliti sebelumnya dengan penelitian ini:

- a. Variabel moderating yaitu kepemilikan Manajerial sedangkan penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional.
- b. Pengukuran pengungkapan CSR. Penelitian terdahulu menggunakan indeks pengungkapan CSR dari penelitian Glouter dalam Utomo. Penelitian ini menggunakan indikator GRI.
- c. Peneliti terdahulu Sampel perusahaan yang terdaftar di BEJ tahun 2005, sedangkan penliti ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2011.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Teori Sinyal**

Teori sinyal (Leland dan Pyle dalam Scott, 2012:475) menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Laporan keuangan diungkapkan dalam *annual report* yang mampu dijadikan sinyal oleh perusahaan ketika menarik minat investor untuk menanamkan dana pada saham perusahaan. Sinyal ini berupa informasi pengungkapan CSR dengan dorongan GCG yang dilakukan perusahaan. Perusahaan mengharapkan investor mempertimbangkan informasi tersebut. Jika investor mempertimbangkan informasi tersebut disertai kenaikan pembelian saham, maka akan terjadi kenaikan harga saham (Megawati, 2011). Harga saham ini akan mencerminkan nilai perusahaan.

### 2.2.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

*The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

ISO 26000 berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak dari kegiatan perusahaan 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 internasional, serta terintegrasi dengan secara menyeluruh. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan penting dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan, dan bagi perusahaan yang telah *go public* nilai perusahaan akan tercermin pada harga pasar saham.

Jadi dapat disimpulkan bahwa CSR adalah tanggung jawab perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan, dan masyarakat atas dampak dari kegiatan operasional perusahaan dengan memberikan kontribusi bagi pembangunan

berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

### **2.2.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Komitmen dan kepedulian perusahaan berkaitan dengan pelaksanaan CSR menurut Lako (2010:90) antara lain:

1. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam jangka panjang.
2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
3. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen.
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.
5. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan.
6. Meningkatnya reputasi, goodwill, dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.



#### 2.2.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Lako (2010:65) menyarankan perusahaan untuk mulai mengadopsi *Sustainability Reporting Guideliness (SRG)* dari *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI memberikan pedoman yang cukup komprehensif bagi perusahaan dalam pelaporan informasi terkait dengan biaya (*cost*), dan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Lako mencermati bahwa SRG sangat cocok dan layak diterapkan di perusahaan Indonesia. Lako menambahkan bahwa beberapa tahun terakhir, sistem pelaporan itu sudah mulai diterapkan oleh sejumlah perusahaan di Indonesia seperti Astra International dan Unilever serta mendapat apresiasi positif dari pelaku pasar.

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia. Berdasarkan indikator kinerja GRI, pengungkapan CSR terdiri dari tiga indikator kinerja yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Pada indikator kinerja sosial, dikategorikan lebih lanjut ke dalam tiga kategori yaitu tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk, sehingga total ada enam indikator kinerja. Berikut penjelasan ke enam indikator:

**a. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicators*)**

Indikator Kinerja Ekonomi menunjukkan aliran dana di antara para pemegang kepentingan dan dampak ekonomi utama organisasi terhadap masyarakat. Kinerja keuangan merupakan pemahaman dasar dari sebuah organisasi dan keberlanjutannya. Akan tetapi, informasi ini biasanya dirangkum dalam laporan keuangan. Aspek-aspek yang perlu diungkapkan dalam indikator kinerja ekonomi yaitu:

- a. Kinerja Ekonomi
- b. Kehadiran Pasar
- c. Dampak Ekonomi Tidak Langsung

**b. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environmental Performance Indicators*)**

Dimensi Lingkungan dari keberlanjutan yang mempengaruhi dampak organisasi terhadap sistem alami hidup dan tidak hidup, termasuk ekosistem, tanah, air dan udara. Indikator Lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan dengan input (misalnya material, energi, dan air) dan output (misalnya emisi, air limbah, dan limbah). Sebagai tambahan, indikator ini melingkupi kinerja yang berhubungan biodiversity (keanekaragaman hayati), kepatuhan lingkungan, dan informasi relevan lainnya seperti pengeluaran lingkungan (*environmental expenditure*) dan dampaknya terhadap produk dan jasa. Aspek-aspek yang perlu diungkapkan dalam indikator kinerja lingkungan yaitu:

- a. Material
- b. Energi
- c. Air
- d. Biodiversitas
- e. Emisi, Efluen dan Limbah
- f. Produk dan Jasa
- g. Kepatuhan
- h. Transportasi
- i. Keseluruhan

**c. Indikator Tenaga Kerja (*Labor Practices and Decent Work Performance Indicators*)**

Layanan kesehatan dan pelatihan serta pendidikan bagi pekerja merupakan salah satu contoh bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap tenaga kerjanya. Aspek-aspek yang perlu diungkapkan dalam indikator praktek tenaga kerja dan pekerjaan layak yaitu:

- a. Pekerjaan
- b. Tenaga kerja / Hubungan Manajemen
- c. Kesehatan dan Keselamatan Jabatan
- d. Pelatihan dan Pendidikan
- e. Keberagaman dan Kesempatan Setara

**d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performance Indicators*)**

Indikator kinerja hak asasi manusia menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan praktek pemilihan supplier/kontraktor. Sebagai tambahan, Indikator ini meliputi pelatihan mengenai hak asasi manusia bagi karyawan dan aparat keamanan, sebagaimana juga bagi non diskriminasi, kebebasan berserikat, tenaga kerja anak, hak adat, serta kerja paksa, dan kerja wajib.

Aspek-aspek yang perlu diungkapkan dalam indikator hak asasi manusia yaitu:

- a. Praktek Investasi dan Pengadaan
- b. Nondiskriminasi
- c. Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul
- d. Pekerja Anak
- e. Kerja Paksa dan Kerja Wajib
- f. Praktek/Tindakan Pengamanan
- g. Hak Penduduk Asli

**e. Indikator Kinerja Masyarakat (*Society Performance Indicators*)**

Indikator Kinerja Masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat di mana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi sosial lainnya yang mereka kelola. Pada khususnya, informasi yang dicari berhubungan dengan risiko yang diasosiasikan dengan suap, korupsi, praktek monopoli dan kolusi.

Aspek-aspek yang perlu diungkapkan dalam indikator kinerja masyarakat yaitu:

- a. Komunitas
- b. Korupsi
- c. Kebijakan Publik
- d. Kelakuan Tidak Bersaing

e. Kepatuhan

**f. Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk (*Product Responsibility Performance Indicators*)**

Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk membahas aspek produk dari organisasi pelapor serta jasa yang diberikan yang mempengaruhi pelanggan, terutama kesehatan dan keselamatan, informasi dan pelabelan, pemasaran, dan privasi. Aspek tersebut melingkupi penjelasan mengenai prosedur internal dan usaha yang dilaksanakan bila tidak memenuhi kepatuhan.

Aspek-aspek yang perlu diungkapkan dalam indikator tanggung jawab produk yaitu:

- a. Kesehatan dan Keamanan Pelanggan
- b. Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa
- c. Komunikasi Pemasaran
- d. Keleluasaan Pribadi (*privacy*) Pelanggan
- e. Kepatuhan

### **2.2.5 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para

profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin,2008).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya unsur saham biasa. Sukamulja (2004) dalam Wien Ika Permanasari (2010). Menurut Brealey dan Myers dalam Permanasari (2010) menyebutkan bahwa perusahaan dengan Tobin's Q yang tinggi biasanya memiliki *brand image* perusahaan yang baik. Perusahaan sebagai entitas ekonomi tidak hanya menggunakan ekuitas dalam mendanai kegiatan operasionalnya, namun juga dari sumber lain seperti hutang, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Oleh karena itu, penilaian yang dibutuhkan perusahaan tidak hanya dari investor saja, namun juga dari kreditur. Semakin besar pinjaman yang diberikan oleh kreditur, menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang diberikan.

#### **2.2.6 Good Corporate Governance (GCG)**

*Good Corporate Governance* secara singkat dapat di artikan sebagai sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan. Hal itu disebabkan karena GCG dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan dan profesional. Implementasi GCG secara konsisten di perusahaan akan menarik investor, baik domestik maupun asing. Pada *Good Corporate Governance* terdapat indikator yang digunakan dalam penelitian ini, berikut penjelasannya:

### **a. Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan Manajerial (Christiawan dan Tarigan, 2007 dalam Barbara 2008) adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan, dengan demikian manajer yang berperan ganda sebagai pemegang saham dalam perusahaan yang dipimpin tidak akan membiarkan perusahaannya mengalami kesulitan keuangan. Kepentingan manajer dengan pemegang saham eksternal dapat disatukan jika kepemilikan saham oleh manajer diperbesar sehingga manajer tidak akan memanipulasi laba untuk kepentingannya.

### **b. Kepemilikan Institusional**

Pada umumnya kepemilikan institusional bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Investor institusional yang sering disebut sebagai investor yang canggih (*sophisticated*) sehingga seharusnya lebih dapat menggunakan informasi periode sekarang dalam memprediksi laba masa depan dibanding investor non institusional. Balsam et al (2002) dalam Vinola (2008) menemukan hubungan yang negatif antar *discretionary accrual* yang tidak diekspektasi dengan imbal hasil di sekitar tanggal pengumuman karena investor institusional mempunyai akses atas sumber informasi yang lebih tepat waktu dan relevan yang dapat mengetahui keberadaan pengelolaan laba lebih cepat dan lebih mudah dibandingkan investor individual.



### **2.2.7 Hubungan CSR terhadap Nilai Perusahaan**

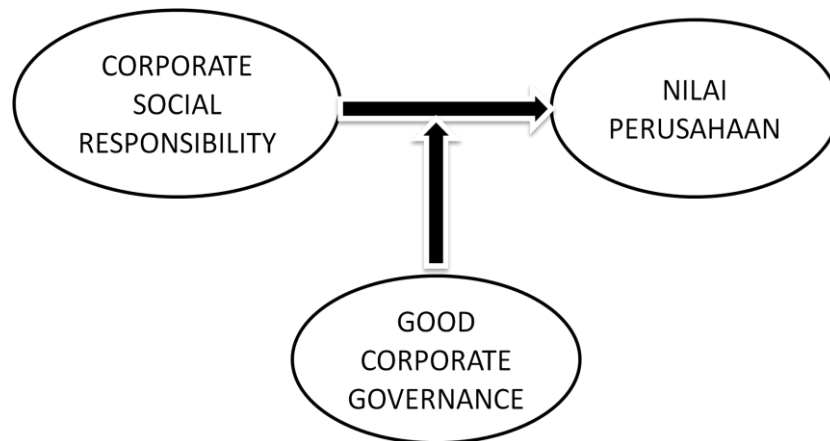
Ni Wayan Rustiarini (2010) mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan bersama antara perusahaan, pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat. Kewajiban perusahaan atas CSR diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan CSR juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya.

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham Wijayanto (2007) dalam Ni wayan (2010). Hasil penelitian Harjoto dan Jo (2007) dalam Ni wayan (2010) juga menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### **2.2.8 Hubungan *Corporate Social Responsibility* melalui *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan**

Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia menyatakan bahwa salah satu tujuan pelaksanaan *corporate governance* adalah mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Implementasi CSR merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip *corporate governance*. Perusahaan yang telah melaksanakan *corporate governance* dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas CSR sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial. Hasil penelitian Ni Wayan Rustiarini (2010) menemukan bahwa *corporate governance* merupakan variabel pemoderasi pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti penerapan *good corporate governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan CSR sehingga meningkatkan nilai perusahaan

### 2.3 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1**

### **Kerangka Pemikiran**

### 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi nilai perusahaan

H2 : *Good Corporate Governance* (GCG) dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.