

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang lebih mementingkan kepentingan pemilik modal akan membuat perusahaan melakukan penggunaan sumber-sumber alam dan sosial secara tidak terkendali, dan mengakibatkan kerusakan lingkungan sekitar. Berkembangnya perusahaan-perusahaan dapat menyebabkan terjadinya kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitar, maka muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan. Kesadaran untuk mengurangi dampak negatif tersebut adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Hendrik Budi Untung, 2008)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan cara perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham, tapi juga untuk para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, sosial, konsumen, dan lingkungan sekitar. Tujuan bisnis tidak hanya untuk kepentingan mencari laba, tetapi juga untuk menjaga lingkungan sekitar. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu kesadaran perusahaan untuk diterapkan, dan

kesadaran menjaga lingkungan tersebut diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Eipstein dan Freedman (1994), dalam Rimba Kusumadilaga (2010) menemukan bahwa para Investor tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* perusahaan akan mengeluarkan biaya dan akan menjadi beban bagi perusahaan, tetapi dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, dalam jangka panjang loyalitas pelanggan akan semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas pelanggan, maka penjualan perusahaan akan semakin meningkat, dan tingkat *profitabilitas* perusahaan juga akan meningkat. Meningkatnya *profitabilitas*, maka nilai suatu perusahaan pun akan meningkat, maka *Corporate Social Responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya (Rimba Kusumadilaga 2010).

Dalam penelitian Nurlela dan Islahudin 2008 mengungkapkan Setiap perusahaan selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsentrasikan pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab

sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1998) Paragraf kesembilan:

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Tujuan *Corporate Social Responsibility* adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat, dan pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri. Ada beberapa manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan antara lain : (1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan; (2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial; (3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan; (4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha; (5) Membuka pasar yang lebih luas; (6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah; (7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders* dan regulator; (8) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan; (9) Peluang mendapatkan penghargaan (Hendrik Budi Untung, 2008).

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai keterkaitan erat dengan *Good Corporate Governance*. Keduanya memiliki kedudukan yang kuat dalam bisnis namun berhubungan satu sama lain. Tanggung jawab sosial berorientasi kepada para *stakeholder*, hal ini sejalan dengan salah satu dari prinsip utama *Good Corporate*

Governance yaitu responsibility (Etty Murwaningsari, 2009). Laba yang kurang berkualitas dikarenakan manajemen bukan merupakan pemilik perusahaan sehingga dalam menjalankan bisnis perusahaan manajemen tidak sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan. Konflik karena pemisahan kepemilikan antara manajemen dengan pemilik perusahaan perusahaan disebut dengan konflik keagenan. Konflik keagenan yang mengakibatkan adanya sifat *opportunistic* manajemen akan mengakibatkan rendahnya kualitas laba.

Rendahnya kualitas laba akan dapat membuat kesalahan pembuatan keputusan kepada para pemakainya seperti para investor dan kreditor, sehingga nilai perusahaan akan berkurang (Vinola Herawaty, 2008). Mekanisme kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, mampu mengurangi konflik kepentingan yang timbul dari hubungan keagenan antara manajemen dengan pemegang saham. Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional berhasil menjadi mekanisme yang mengontrol dan meminimalkan perilaku manipulasi laba oleh manajer sehingga kualitas laba yang dilaporkan dapat meningkat (Pratana dan Mas'ud, 2003). Berdasarkan penjelasan diatas tentang *Corporate Social Responsibility*, yaitu dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* secara tidak langsung perusahaan akan berinvestasi, karena dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* loyalitas pelanggan pada perusahaan dalam jangka panjang akan meningkat sehingga penjualan perusahaan juga akan meningkat, selanjutnya nilai perusahaan juga akan ikut meningkat.

Berdasarkan teori keagenan, yang dapat diatasi dengan mekanisme *Good Corporate Governance* yang salah satunya adalah mekanisme internal, yaitu Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional.

Kepemilikan Manajerial dapat mengurangi konflik keagenan karena apabila pihak manajemen mempunyai bagian dari saham perusahaan maka manajemen akan maksimal dalam menjalankan aktivitas perusahaan dan mengurangi manajemen laba. Kepemilikan institusional akan mengurangi konflik keagenan karena dalam aktivitas perusahaan pihak manajemen akan diawasi atau dikontrol pihak institusi, sehingga akan meminimalkan manajemen laba. Penelitian ini yang akan diuji adalah (1) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan, (2) Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan, (3) Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur banyak memanfaatkan sumber daya alam dalam proses produksi seperti dalam penggunaan bahan baku, dalam proses produksi yang dapat menyebabkan polusi udara, dan pengolahan limbah. Data yang digunakan adalah pada tahun 2008-2010 karena untuk melihat pengembangan setelah Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah yang menjadi pokok bahasan penelitian ini adalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.
3. Mengetahui pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi STIE Perbanas Surabaya, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility*, mekanisme internal pada mekanisme *Good Corporate Governance* yaitu Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional.

2. Bagi Perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial, dan Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional yang dapat mengurangi konflik keagenan pada perusahaan.
3. Bagi Peneliti lainnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dan kerangka kerja bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah di dalam penulisan, penguraian serta penjelasan di dalam penulisan skripsi ini maka penulis membagi dalam lima bagian, yang meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang mendasari penelitian ini, kerangka pemikiran dari penelitian, dan hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi (sampel) dan teknik pengambilan sampel, data, dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, dan mengenai pembahasan dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai dari kesimpulan penelitian, keterbatasan-keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.