BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena yang sedang berkembang dewasa ini menuntut perubahan tatanan kehidupan baru khususnya dunia usaha. Dalam situasi seperti ini, perusahaan yang semakin berkembang akan membuat lingkungan semakin buruk dan menciptakan kesenjangan sosial yang tinggi. Hal ini dikarenakan perusahaan melakukan eksploitasi secara tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba (profit) yang menyebabkan munculnya dampak negatif bagi perusahaan. Dampak negatif tersebut berimbas pada kinerja perusahaan dan juga berakibat pada menurunnya harga saham, sebagai akibat dari hilangnya kepercayaan investor akibat citra buruk yang ditimbulkan perusahaan.

Secara umum, tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (*maximization wealth of stockholder*). Dengan prinsip ini beberapa perusahaan seringkali mengabaikan pihak-pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan. Padahal aktivitas operasional perusahaan tidak hanya berimbas terhadap pemegang saham, akan tetapi masyarakat dan lingkungan sekitar juga akan merasakan dampaknya. Karena itulah tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada pemegang saham, melainkan lebih luas terhadap pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Nurlela dan Islahudin (2008) berpendapat bahwa selain *stakeholder* perusahaan juga memiliki tanggung jawab pada pelanggan, *owner*, investor, komunitas, pesaing, dan pemasok.

Para pelaku bisnis kini mengubah pola pikir mereka untuk tidak hanya memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (*maximization wealth of stockholder*), akan tetapi juga memperhatikan pihak lain di luar *stockholder*. Perusahaan tidak hanya mementingkan aspek keuangan saja akan tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan dan sosial.

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menghendaki adanya hubungan yang harmonis antara *stakeholders* yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Bowen (1943) dalam Rosiana *et al*. (2013) mengungkapkan bahwa keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan hanya untuk warga bisnis itu sendiri. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Nugroho dan Yulianto (2015) yang menyatakan bahwa CSR adalah aktivitas tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* dengan cara memberi perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan di bidang atau terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan demikian CSR saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen, melainkan bersifat wajib bagi beberapa perusahaan untuk menerapkannya sebagai wujud tanggung jawab atas kegiatan operasi perusahaan. Aini (2011) menyatakan bahwa CSR adalah konsep akuntansi yang menjadikan perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan

masyarakat. CSR dapat dilihat sebagai kewajiban dunia bisnis agar menjadi akuntabel terhadap keseluruhan *stakeholder* yang terlibat, bukan hanya salah satunya (Gossling dan Voucht, 2007 dalam Rosiana *et al.*, 2013). Perusahaan yang tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder* tidak akan mendapat dukungan dari masyarakat dan akan dinilai buruk.

Corporate Social Responsibility (CSR) berkaitan dengan *Good Corporate Governance* (GCG). Rakhmat (2013) menjelaskan bahwa GCG merupakan suatu keharusan dalam rangka membangun kondisi perusahaan yang tangguh dan berkelanjutan. Terdapat empat prinsip utama dalam konsep GCG, yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, dan *fairness*. *Responsibility* inilah yang sejalan dengan CSR. Aini (2011) berpendapat bahwa prinsip *responsibility* dalam penerapan GCG dapat mendorong pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Mekanisme GCG yang direfleksikan melalui kepemilikan institusional merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam pelaksanaan CSR. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki lembaga/institusi. Kepemilikan tersebut dapat memaksa manajemen untuk melakukan pengungkapan CSR dalam rangka meningkatkan citra perusahaan. Penelitian terdahulu berkaitan dengan mekanisme GCG terhadap CSR mendapatkan hasil yang variatif. Ramdhaningsih dan Utama (2013) menemukan bahwa mekanisme *Good Corporate Governance* yaitu kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR. Sedangkan Purbopangestu dan Subowo (2014), mendapatkan

hasil bahwa tidak terdapat pengaruh antara kepemilikan institusional dan komite audit terhadap pengungkapan CSR.

Adapun profitabilitas digunakan untuk menunjukkan kinerja suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sehingga dapat berpengaruh pada pembuatan keputusan investasi. Artinya semakin baik kinerja keuangan yang dimiliki investor perusahaan, maka akan memiliki kepercayaan yang tinggi untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Preston (1978) mengungkapkan dalam Rosiana *et al.* (2013) umumnya perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan lebih banyak mengungkapkan aktivitas CSR. Secara teoritis, semakin banyak aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Sembiring (2003) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Nurkhin (2009) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan CSR, namun penelitian Adawiyah (2013) menunjukkan hasil profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Corporate Social Responsibility sangat berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Kusumadilaga (2010) berpendapat bahwa nilai perusahaan dapat tumbuh secara pesat dan berkala (*sustainable*) jika perusahaan tersebut memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Ketiga dimensi tersebut terdapat dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Menurut Gunawan dan Utami (2008)

dalam Purbopangestu dan Subowo (2014) semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya. Karena tingginya kinerja perusahaan dalam memperbaiki lingkungan, maka nilai perusahaan secara signifikan meningkat. Rosiana*et al.* (2013) mendapatkan hasil bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu pula penelitian yang dilakukan Handriyani dan Andayani (2013) bahwa CSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan menimbulkan dampak positif yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan apabila dilakukan dalam jangka waktu yang panjang. Pengungkapan CSR dapat mengubah kepercayaan para investor karena CSR adalah informasi yang baik dari perusahaan. Dengan demikian respon positif akan diberikan investor ditandai dengan peningkatan harga saham, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja baik dalam hal sosial dan lingkungannya (Pratiwi dan Suryanawa, 2014). Penelitian yang dilakukan Sayekti (2007) mendapati pengaruh positif signifikan terhadap *return*. Begitupula dengan Kusumaningtyas (2011) bahwa CSR berpengaruh terhadap peningkatan *return*. Sementara Muid (2010) menemukan CSR tidak berpengaruh terhadap *return* saham.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Ramdhaningsih dan Utama (2013) yang dahulu meneliti tentang pengaruh indikator *Good Corporate Governance* (GCG) dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan property dan *real estate* periode tahun 2009-2011. Dalam

penelitiannya, Ramdhaningsih dan Utama (2013) mengambil empat indikator GCG yaitu, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan ukuran dewan komisaris. Selain karakteristik GCG penelitian tersebut juga menggunakan profitabilitas, yang diuji hubungannya dengan pengungkapan CSR.

Hasil penelitian Ramdhaningsih dan Utama (2013) menunjukkan hanya tiga variabel yang berpengaruh terhadap CSR, yaitu profitabilitas, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional. Ketiganya dapat mempengaruhi pengungkapan CSR secara signifikan. Selain variabel ukuran dewan komisaris dan komisaris independen, kepemilikan manajerial juga tidak dipergunakan dalam penelitian ini. Tidak dipakainya variabel tersebut karena secara umum pemegang saham perusahaan terdiri dari dua kepemilikan, yaitu saham yang dimiliki pihak manajer dan pihak institusi. Sehingga digunakan salah satu variabel kepemilikan yakni kepemilikan institusional untuk diuji pengaruhnya terhadap CSR.

Selanjutnya, CSR akan diuji pengaruhnya terhadap Nilai perusahaan dan *return* saham. Karena secara teoritis pengungkapan CSR akan membuat nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan dan mengubah kepercayaan investor, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan harga saham. Penelitian terkait pada pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan dilakukan oleh Rosiana *et al.* (2013), yang menemukan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang berhubungan dengan pengungkapan CSR dan *return* saham dilakukan oleh Pratiwi dan Suryanawa (2014). Penelitian tersebut menunjukkan CSR berpengaruh signifikan pada *return* saham. Perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya adalah populasi

dalam penelitian ini yang merupakan perusahaan manufaktur. Digunakannya perusahaan manufaktur karena sektor tersebut menimbulkan dampak negatif yang lebih tinggi terhadap lingkungan. Periode penelitian yang digunakan yaitu tiga tahun pengamatan (2012-2014).

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dikemukakan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Anteseden dan Konsekuensi *Corporate Social Responsibility*". Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian-penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Tanggung jawab sosial perusahaan *atau corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu aktivitas tanggung jawab yang dilakukan perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dengan cara menciptakan event-event dan memberikan kepedulian terhadap sektor sosial dan lingkungan. Perusahaan yang menjalankan CSR dengan baik berarti sudah menerapkan GCG. *Good Corporate Governance* sendiri adalah suatu aturan yang dapat mengendalikan perusahaan untuk menghasilkan nilai tambah bagi para pemegang saham. Dengan diterapkannya GCG maka akan tercipta sistem manajemen yang terbuka, jujur, dan kompeten.

Semakin banyak bentuk tanggung jawab yang di lakukan perusahaan terhadap lingkungan, maka semakin baik pula *image* atau citra perusahaan menurut pandangan masyarakat. Saat ini penanam modal lebih tertarik kepada perusahaan ber*image* baik. Hal ini dikarenakan makin baik *image* yang di dapat perusahaan,

makin tinggi pula kesetiaan yang akan diberikan konsumen sehingga tingkat penjualan akan meningkat. Jika tingkat penjualan terus-menerus meningkat maka tingkat profitabilitas juga akan meningkat. Demikian juga pada nilai saham perusahaan tersebut nilainya semakin tinggi. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham suatu perusahaan. Perusahaan dengan kinerja yang baik dapat dikatakan memiliki nilai yang baik pula.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Good Corporate Governance* mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* ?
2. Apakah profitabilitas mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* ?
3. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan ?
4. Bagaimanakah pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap return saham ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*.
2. Pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
4. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *return* saham.

1.4 Kontribusi dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain :

1. Bagi perusahaan, digunakan sebagai acuan tentang bagaimana pentingnya pertanggung jawaban terhadap sektor sosial dan lingkungan.
2. Bagi penyetor modal, sebagai pustaka dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam berinvestasi dan tidak hanya memperhatikan ukuran keuangan saja.
3. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.
4. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.