

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Di tengah dunia bisnis yang ketat dan ditambah dengan situasi ekonomi yang tidak menentu sekarang ini, membuat perusahaan harus selalu mempertahankan keunggulan bisnisnya. Guna mempertahankan keunggulan bisnisnya, perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan, tingginya nilai perusahaan tentu akan memberikan rasa percaya para pemegang saham akan jaminan kesejahteraan sosialnya, sehingga para pemegang saham pun akan tetap menanamkan modalnya. Salah satu indikator ukuran nilai perusahaan yakni dilihat dari besarnya laba pada periode tertentu. Besarnya laba perusahaan merupakan salah satu hal penting yang dipertimbangkan oleh calon investor sebelum menanamkan modal. Karena laba yang dihasilkan dapat memprediksi kinerja perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak di masa mendatang.

Dalam prakteknya, *managerial ownership* tidak selamanya efektif menanggulangi *agency problem*. Hasil penelitian oleh Klein (2002) menyatakan bahwa jika manajer mengelola laba untuk meningkatkan keseluruhan kompensasi mereka atau untuk kepentingan yang menguntungkan dirinya sendiri, maka akan timbul hubungan positif antara kepemilikan saham oleh manajer dengan praktik manajemen laba. Manajer akan memiliki kepentingan yang selaras dengan *controlling interest* (pemegang saham pengendali) dalam rangka meningkatkan kesejahteraan mereka pribadi (Juliarto et al., 2013).

Perusahaan didirikan berdasarkan mandat dari masyarakat, untuk itu perusahaan harus bisa mempertahankan mandat tersebut. Seperti di Indonesia saat ini CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh sebuah perusahaan yang sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007. Pemerintah mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan erat dengan sumber daya alam melakukan tanggung jawab sosial serta lingkungan. CSR merupakan salah satu hal yang penting

untuk diungkapkan dalam Annual Report perusahaan. Oleh karena itu, seluruh perusahaan yang ada di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan terkait aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap CSR diperlukan (Kurniawati, 2013).

Beberapa penelitian mengungkapkan Semakin kuat posisi *stakeholder* semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholdernya*". Pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Rustiarini, 2010:49). Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh kepemilikan institusional, hal ini merujuk pada hasil penelitian sebelumnya oleh Annuar, Salihu, dan Obid (2014) serta Richardson, Wang, dan Zhang (2016) terkait pengaruh kepemilikan institusional terhadap Nilai perusahaan. Penelitian oleh Annuar, Salihu dan Obid (2014) menyatakan bahwa *family ownership*, *government ownership*, dan *foreign ownership* merupakan faktor yang menentukan tingkat Nilai perusahaan. Faktor tersebut berkaitan dengan komposisi dewan pada perusahaan. Penelitian oleh Richardson, Wang, dan Zhang (2016) menyatakan bahwa meningkatnya bentuk kepemilikan terkonsentrasi akan berpengaruh positif terhadap tingkat Nilai perusahaan dikarenakan adanya *entrenchment effect*. Sebaliknya, kepemilikan terkonsentrasi akan berpengaruh negatif terhadap tingkat Nilai perusahaan apabila terdapat *alignment effect* yang berkaitan penyelarasan kepentingan antara *controlling interest* dengan *non- controlling interest*. Dengan melakukan penghindaran pajak maka perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dan arus kas akan tetapi pengurangan pajak tersebut dapat mempengaruhi dukungan kepada pemerintah dalam pembangunan maupun program-program sosial lain, maka perusahaan dapat dikategorikan tidak bertanggung jawab secara sosial (Supriyadi, 2016).

Penelitian oleh Adhitya Putri Pratiwi (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh secara signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *Corporate Social*

*Responsibility*. Sedangkan variabel *Return On Asset* berpengaruh secara signifikan terhadap Penghindaran Pajak baik secara langsung maupun melalui *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Penghindaran Pajak berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa terdapat keterkaitan antara Leverage, CSR, Kepemilikan Institusional dan Nilai perusahaan. Penulis pun berniat untuk melakukan pengujian terkait hubungan antara keempat variable tersebut dengan judul: Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Leverage Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai perusahaan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai perusahaan?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan?
3. Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Nilai perusahaan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari pembahasan masalah dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan?
2. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Nilai perusahaan?
3. Untuk menganalisis pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai perusahaan?

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait antara lain:

1. Bagi Pemerintah dan lembaga-lembaga penyusun standar akuntansi, sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.
2. Bagi Investor, sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi pada suatu perusahaan yang bukan hanya melihat profit, melainkan juga mengenai rasio-rasio keuangan dan perusahaan yang melaporkan laporan tanggung jawab sosial perusahaannya sebagai bukti bahwa perusahaan telah bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungannya.
3. Bagi Perusahaan, dapat membawa organisasi menjadi lebih baik dengan cara mengontrol laporan program *Corporate Social Responsibility* yang sudah diwajibkan oleh pemerintah.
4. Bagi Masyarakat : Diharapkan dapat memberikan stimulus dan kepekaan sosial dan lingkungan sehingga masyarakat berlaku proaktif sebagai pengontrol atas aktivitas Perusahaan yang ada di sekitar masyarakat.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Tinjauan Pustaka**

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

##### **a. Pengertian *Corporate Social Responsibility***

Menurut Hadi (2011) CSR merupakan komitmen para pelaku bisnis untuk memegang teguh pada etika bisnis dalam beroperasi, memberi kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, serta berusaha mendukung peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi para pekerja, termasuk meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar.

Lain dengan di Indonesia sekarang, pelaksanaan CSR adalah suatu aktivitas yang wajib dilakukan yang juga telah diatur dalam undang-undang Perseroan. Dalam rangka menjalankan aktivitas bisnisnya perusahaan harus memiliki prioritas dan strategi, prioritas utama perusahaan yakni eksistensi perusahaan serta perolehan laba dalam jangka panjang. Laba jangka panjang akan diperoleh jika keberadaan perusahaan dapat bermanfaat serta didukung oleh *stakeholder* (pemangku kepentingan). Dukungan stakeholder akan diperoleh jika dampak negatif terhadap lingkungan sosial-ekonomi dapat diminimalisir bahkan justru dapat berdampak positif yang besar bagi pemangku kepentingan.

##### **b. Aspek Tiga Dimensi CSR**

Menurut Elkington lingkup tanggung jawab perusahaan dalam model triple bottom line yakni *people, planet, and profit*. Berdasarkan konsep tersebut, pembangunan berkelanjutan erat kaitannya dengan CSR yang termasuk 3 kebijakan yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial, serta perlindungan lingkungan. Tujuan dari CSR yaitu untuk menjadikan aktivitas bisnis perusahaan serta budaya bisnis berkelanjutan dalam 3 aspek sebagai berikut:

- 1) Aspek ekonomi Mencakup pemahaman tentang dampak-dampak ekonomi yang diakibatkan oleh kegiatan bisnis. Lingkup ekonomi dari agenda

sustainability harus lebih memperhatikan akibat langsung dan tak langsung yang disebabkan oleh kegiatan bisnis perusahaan di lokasi operasi perusahaan maupun bagi para stakeholder-nya.

2) Aspek sosial

Memperhatikan aspek sosial berarti telah bertanggung jawab terhadap dampak sosial akibat dari kegiatan operasi perusahaan secara langsung. Aspek sosial termasuk karyawan, komunitas di lingkungan perusahaan, konsumen dan para stakeholder.

3) Aspek lingkungan dan ekologi

Dampak yang terjadi pada lingkungan atas kegiatan operasi perusahaan pada umumnya bersifat negatif misalnya eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan bahkan terkadang mengakibatkan bencana alam, polusi, perubahan iklim, rusaknya kawasan hutan, dan lain-lain. Meningkatkan *environmental performance* akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut, penggunaan material yang tidak berlebihan saat proses produksi dapat meminimalkan pencemaran yang berlebih, selain itu juga mengurangi biaya operasional dan akan lebih disukai oleh konsumen karena peduli dengan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan pada laporan yang disebut *Sustainability Reporting*, yaitu suatu pelaporan tentang kebijakan ekonomi, lingkungan serta sosial, kinerja organisasi serta produk yang dihasilkan pada konteks pembangunan berkelanjutan. Menurut Suharto (2008) dalam Casimira (2016) ditinjau dari proporsi keuntungan perusahaan serta besarnya anggaran dana CSR:

- 1) Perusahaan minimalis, yakni suatu perusahaan yang mempunyai profit dan anggaran dana CSR yang minim tidak termasuk perusahaan kecil serta lemah.
- 2) Perusahaan ekonomis, yakni suatu perusahaan yang mempunyai laba tinggi tetapi anggaran dana CSR masih rendah.
- 3) Perusahaan humanis, yakni suatu perusahaan yang mempunyai keuntungan minim, tetapi anggaran dana CSRnya cukup tinggi.

- 4) Perusahaan reformis, yakni suatu perusahaan yang mempunyai keuntungan serta anggaran dana CSR samasama tinggi. Perusahaan kategori ini beranggapan bahwa CSR merupakan peluang untuk lebih maju.

Berdasarkan tujuan CSR, apakah digunakan untuk pemberdayaan masyarakat atau promosi :

- 1) Perusahaan pasif, yakni suatu perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan yang jelas, bukan untuk pemberdayaan masyarakat bukan pula untuk promosi. Perusahaan pada katogori ini beranggapan CSR kurang bermanfaat bagi kelangsungan perusahaan.
- 2) Perusahaan impresif, yakni suatu perusahaan yang lebih mengedepankan CSR untuk pemberdayaan masyarakat, yang lebih mengutamakan kualitas pelayanan dibanding mencari perhatian.
- 3) Perusahaan Agresif, yakni suatu perusahaan yang melaksanakan CSR nya. Menurut Anggraini (2006) mengidentifikasi hal yang berkaitan dengan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan, yakni sebagai berikut :
  - a) Lingkungan, termasuk pengendalian terhadap polusi, pencegahan maupun perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam serta pengungkapan lain yang terkait dengan lingkungan.
  - b) Energi, termasuk konservasi energi, efisiensi energi serta pengolahan energi secara keberlanjutan.
  - c) Praktik bisnis yang wajar, termasuk pemberdayaan terhadap minoritas serta perempuan, dukungan terhadap bidang usaha minoritas, dan tanggung jawab sosial.
  - d) Sumber daya manusia, termasuk aktivitas pada suatu organisasi, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan serta seni.
  - e) Produk termasuk dengan keamanan, kesehatan serta pengurangan polusi pada saat penggunaan barang jadi maupun proses produksinya.

## ***2. Leverage***

#### a. Pengertian *Leverage*

*Leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana (*source of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Sartono, 2008:257). Menurut Irawati (2006), *leverage* merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam hal menginvestasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya beban/biaya tetap yang harus ditanggung perusahaan. Menurut Fakhruddin (2008:109), *leverage* merupakan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai / membeli aset-aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki utang lebih besar dari equity dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi.

Perusahaan yang memiliki biaya operasi tetap atau biaya modal tetap, maka perusahaan tersebut menggunakan *leverage*. Penggunaan *leverage* dapat menimbulkan beban dan risiko bagi perusahaan, apalagi jika keadaan perusahaan sedang memburuk. Di samping perusahaan harus membayar beban bunga yang semakin membesar, kemungkinan perusahaan mendapat penalti dari pihak ketiga pun bisa terjadi.

Jadi, *leverage* adalah suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset dan atau dana yang mempunyai beban tetap (hutang dan atau saham istimewa) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan. Rasio ini juga disebut rasio Solvabilitas atau rasio Struktur Modal. Rasio ini merupakan suatu alat ukur untuk menentukan sejauh mana perusahaan dalam membiayai asetnya melalui pembiayaan utang (total utang) dalam struktur modal perusahaan guna membiayai kegiatan perusahaan. Menurut Hanafi (2016) “rasio solvabilitas adalah rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya”.

Adapun alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat solvabilitas suatu perusahaan yaitu *Total Debt to Equity/ Debt Ratio*. Debt ratio merupakan rasio yang menggambarkan perbandingan antara total hutang dengan total aktiva, sehingga rasio ini mampu menunjukkan sejauh mana hutang ditutupi oleh aktiva.

Debt ratio adalah suatu rasio yang menunjukkan proporsi antara kewajiban yang dimiliki perusahaan dengan kekayaan yang dimiliki. Apabila debt ratio semakin tinggi sedangkan total aktiva tidak berubah, maka utang yang dimiliki perusahaan semakin besar, dengan demikian rasio kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman semakin tinggi. Dan sebaliknya jika debt ratio semakin kecil maka utang perusahaan juga semakin kecil, yang berarti resiko finansial perusahaan untuk mengembalikan utang juga semakin kecil.

b. Manfaat *Leverage*

Manfaat penggunaan *leverage* dalam perusahaan yaitu:

- 1) Untuk memungkinkan perusahaan dapat mengkhususkan pengaruh suatu *leverage* dalam jumlah penjualan atas laba bagi pemegang saham biasa.
- 2) Untuk memungkinkan perusahaan menunjukkan hubungan antara pengaruh operasi dan pengaruh keuangan.

c. *Jenis Leverage*

Jenis *leverage* ada tiga macam yaitu *Operating Leverage*, *Financial Leverage* dan *Combination Leverage*. Berikut penjelasan dari masing-masing *leverage* tersebut:

a. ***Leverage Operasi (operating leverage)***

Menurut Syamsuddin (2001:107), *leverage* operasi adalah kemampuan perusahaan di dalam menggunakan fixed operating cost untuk memperbesar pengaruh dari perubahan volume penjualan terhadap *earning before interest and taxes* (EBIT). Jadi *leverage* operasi merupakan penggunaan aset dengan biaya tetap yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan yang menutup biaya tetap dan variabel serta dapat meningkatkan profitabilitas bagi perusahaan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa peka laba operasi terhadap perubahan hasil penjualan dan berapa penjualan minimal yang harus diperoleh agar perusahaan tidak menderita kerugian.

Dengan menggunakan *operating leverage* perusahaan mengharapkan bahwa perubahan penjualan akan mengakibatkan perubahan laba sebelum bunga dan pajak yang lebih besar. Beban tetap operasional tersebut biasanya