

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah perkembangan akuntansi yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri di Inggris (1760-1860), menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial [Galtung & Kada (1995) dan Rich (1996) dalam Anggraini (2006)].

Perusahaan dalam hal ini adalah entitas ekonomi yang bertanggungjawab bukan hanya kepada para *shareholder* tetapi juga kepada masyarakat luas (Kurniawan, 2007). Menurut konsep CSR sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata misalnya deviden dan keuntungan melainkan juga berdasarkan konsenkuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Seiring dengan pesatnya perkembangan sektor dunia usaha sebagai akibat liberalisasi ekonomi, berbagai kalangan swasta, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggung jawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Berbagai tekanan pun muncul, mulai dari kepentingan untuk meningkatkan daya saing, tuntutan untuk menerapkan *corporate governance*, hingga kepentingan *stakeholder* yang makin meningkat. Oleh karena itu, dunia

usaha perlu mencari pola-pola kemitraan (*partnership*) dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerjanya agar tetap bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing. Upaya tersebut secara umum disebut sebagai *corporate social responsibility*.

Pemikiran yang melandasi adanya *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, *supplier* dan juga *competitor* (Rika dan Islahuddin, 2008).

*Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah *supplier* bahkan juga kompetitor.

Naik turunnya nilai perusahaan dipengaruhi pula oleh struktur kepemilikan. Dua aspek yang perlu dipertimbangkan adalah: (1) konsentrasi kepemilikan perusahaan oleh pihak luar (*outsider ownership concentration*), dan (2) kepemilikan perusahaan oleh manajemen (*ownership management*). Pemilik perusahaan dari pihak luar berbeda dengan manajer karena kecil kemungkinannya pemilik dari pihak luar terlibat dalam kegiatan perusahaan sehari-hari (Sri Rejeki, 2007).

Siallagan dan Machfoedz (2006) menyebutkan bahwa semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung

meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingannya sendiri.

Penelitian Rika dan Islahuddin (2008) menunjukkan hasil variabel prosentase kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wahyudi dan Pawesti (2006) yang menemukan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu mengoptimalkan nilai perusahaan yang terjadi karena adanya pengendalian yang dimiliki.

Hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan CSR dan nilai perusahaan beberapa menunjukkan ketidaksamaan hasil. Hasil penelitian Harjoto dan Jo (2007) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) yang tidak menemukan adanya pengaruh CSR dengan nilai perusahaan dan hasil penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) yang menyatakan CSR berpengaruh negative terhadap ERC. Penelitian yang dilakukan Rimba Kusumadilaga (2010) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Ni Wayan Rustriani (2010) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh pada nilai perusahaan.

Penelitian ini berjudul “***Analisis Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manjerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variable Moderating Pada Perusahaan Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015***”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini menggunakan subjek penelitian yaitu laporan keuangan tahunan perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012–2015. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderating?
4. Bagaimana pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderating?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan memperoleh pengetahuan tentang:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variable moderating.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variable moderating.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi penulis memperluas pengetahuan mengenai seberapa signifikan pengaruh CSR dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan khususnya perusahaan food and beverages.
2. Bagi perusahaan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai pentingnya CSR yang diungkapkan dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya agar tetap memperhatikan lingkungan. Selain memberikan sumbangan pemikiran penerapan *good corporate*



*governance* untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* dan mempengaruhi harga saham.

3. Bagi investor, memberikan informasi baru mengenai aspek–aspek apa saja yang dipertimbangkan dalam melakukan investasi.
4. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas kegiatan bisnis yang dilaksanakan oleh perusahaan dan juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak– hak yang harus diperoleh.
5. Bagi lembaga – lembaga pembuat peraturan / standar, seperti Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

