BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social Responsibilty* (CSR)) bagi perusahaan Perseroan Terbatas di Indonesia bersifat wajib. CSR merupakan komitmen yang ditentukan oleh pemerintah sebagai salah satu ketentuan umum yang tercantum pada pasal 1 ayat(3) dari Undang-undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 tentang Perseoran Terbatas (UURI-40, 2007). Penerapan dan pelaporan CSR ini bersifat sukarela (*voluntary*). Keleluasaan mengenai CSR, mengakibatkan adanya perusahaan yang melaksanakannya dengan komitmen penuh, namun ada juga yang melaksanakan seadanya, hanya untuk memenuhi kewajiban minimum perusahaan untuk menyelenggarakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Berbagai penelitian terdahulu berusaha mengungkapkan kebermanfaatan pelaksanaan maupun pelaporan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan (Sayekti & Wondabio, 2007) ; (Hidayati & Murni, 2009). Penelitian terdahulu umumnya ingin meneliti kinerja para pengelola perusahaan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan ini dari berbagai rasio keuangan yang mempengaruhi nilai saham (Anwar, Haerani, & Pagalung, 2010) ; (Budi, 2012). Penelitian terdahulu juga ingin menemukan bahwa investor terpengaruh dengan kebijakan manajemen dalam mengelola tanggung jawab sosial dan lingkungan ini (William, 2012). Harapan lebih lanjut dari para peneliti terdahulu adalah para

pengelola perusahaan menjadi terdorong untuk mengelola tanggung jawab sosial dan lingkungan ini dengan lebih berkomitmen, bukan hanya memenuhi persyaratan minimal (Fitriana, 2011).

Berbagai penelitian terdahulu tentang pengaruh para pengelola perusahaan dalam mengelola tanggung jawab sosial dan lingkungan ini ternyata menunjukan hasil pro dan kontra. Ada penelitian yang menunjukan terdapat pengaruh antara para pengelola perusahaan dalam mengelola tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan nilai perusahaan yang ditunjukan melalui nilai saham, namun juga beberapa penelitian lain menunjukan hasil sebaliknya, bahwa tanggung jawab sosial tidak mempengaruhi nilai saham (Fernandez & Souto, 2009). Dengan adanya pro dan kontra hasil penelitian terdahulu, menjadi sulit menemukan bukti-bukti untuk mendorong para pengelola perusahaan untuk menerapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Para pengelola perusahaan terutama di industri manufaktur, merasa bahwa tanggung jawab mereka adalah menghasilkan laba bagi pemilik perusahaan. Sedangkan tanggung jawab sosial dan lingkungan belum dirasakan memberikan dampak pada laba perusahaan. Pada konsep lama, para pengelola perusahaan berusaha memaksimalkan nilai pemegang saham (*shareholder value*), sedangkan konsep baru mempertimbangkan tidak hanya nilai pemegang saham, namun juga nilai pelanggan, pegawai, pemasok, dan masyarakat (*stakeholder value*) (Anthony & Govindarajan, 2005).

Jika konsep Robert N. Anthony, diterapkan maka para pengelola perusahaan semestinya bisa menyadari adanya tujuan dan keinginan lain yang perlu

diselaraskan, yaitu keinginan para pemangku kepentingan. Para pengelola perusahaan, tidak hanya merasa perlu bertanggung jawab menghasilkan laba pada pemilik perusahaan, namun perlu juga bertanggung jawab memelihara kondisi sosial dan lingkungan tempat perusahaan melaksanakan kegiatan usahanya. Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, tidak berdampak langsung pada laba perusahaan di tahun berjalan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan ini berdampak pada kepercayaan para pemangku kepentingan. Kepercayaan para pemangku kepentingan perusahaan akan membentuk citra positif perusahaan.

Harga saham perusahaan di pasar bursa, dianggap sebagai nilai perusahaan dari perspektif pemilik modal. Harga saham perusahaan di pasar bursa yang diselisihkan dengan nilai buku saham perusahaan, akan menghasilkan *Market Value Added* (MVA). *Market value added* ini, mewakili kepercayaan, harapan dan penilaian tentang masa depan perusahaan dari pemilik modal. *Market value added* ini mewakili citra perusahaan. Sementara itu, para pemiliki modal juga memiliki cara menganalisis kinerja para pengelola perusahaan, yaitu dengan analisis rasio keuangan.

Rasio keuangan perusahaan dihitung dari laporan keuangan yang diterbitkan setiap tahun. Analisis rasio keuangan telah dipergunakan oleh pemilik modal untuk menilai kondisi perusahaan. Para pengelola perusahaan, juga menyadari bahwa kinerja mereka dinilai dari laporan keuangan yang diterbitkan. Beberapa kasus, seperti Enron dan Worldcom, menunjukan bahwa para pengelola (agen) yang ingin memuaskan pemilik modal (prinsipal) mengusahakan berbagai hal

agar laporan keuangan perusahaan tampak baik dalam waktu singkat. Citra perusahaan tidak bisa dicapai dalam waktu singkat, melainkan membutuhkan hasil penilaian kinerja yang konsisten seiring bertambahnya waktu.

Penelitian ini akan membahas citra perusahaan yang dipengaruhi oleh komitmen CSR dan rasio keuangan, khusus bagi perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. Citra perusahaan akan dinilai dengan *Market Value Added* (MVA). Analisis rasio keuangan yang dipergunakan adalah, *Current Ratio*, *Debt-Equity Ratio*, *Total Asset Turnover*, *Return On Sales*, dan *Price-earning Ratio*. Komitmen perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dilihat dengan indikator terdapatnya sertifikat ISO 9000, ISO 14000, dan OHSAS 18000 maupun ketersediaan insentif saham bagi karyawannya dalam kebijakan perusahaan (ESOP) (Sitnikov & Bocean, 2012); (Castka & Balzarova, 2008); (William, 2012); (Brigham & Daves, 2007). Berdasarkan latar belakang inilah, penelitian ini bertema PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN RASIO KEUANGAN TERHADAP *MARKET VALUE ADDED* (MVA) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PADA TAHUN 2006 - 2013.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Permasalahan agensi muncul karena pihak agen memiliki tujuan yang tidak sama dengan pihak principal dalam mewujudkan keinginannya (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2010); (Wheelen & Hunger, 2012). Pihak prinsipal adalah para pemangku kepentingan, bukan hanya pemilik modal. Pihak agen adalah para

pengelola perusahaan, yang memiliki tujuan mendapatkan laba perusahaan saja, dengan segala cara. Para pengelola perusahaan bisa saja melakukan berbagai hal hanya untuk mendapatkan penilaian kinerja jangka pendek yang baik, seperti membuat rasio keuangan perusahaan agar tampak baik. Akibatnya, citra perusahaan dan banyak keinginan pemangku kepentingan yang menjadi korban. Untuk memenuhi keinginan pemangku kepentingan, maka perusahaan perlu juga ikut bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan tempat perusahaan melaksanakan aktivitas usahanya.

Perusahaan yang memiliki rasio keuangan yang baik, dan juga memperhatikan keinginan pemangku kepentingan, memiliki kecenderungan memiliki juga citra perusahaan yang positif. Berdasarkan identifikasi latar belakang masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah seperti berikut ini:

1) Apakah keberadaan kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diidentifikasi melalui kepemilikan sertifikat ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000, dan memiliki kebijakan insentif saham (ESOP), serta rasio keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2006-2013?
2) Apakah keberadaan kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diidentifikasi melalui kepemilikan sertifikat ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000, dan memiliki kebijakan insentif saham (ESOP) berpengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2006-2013?

3) Apakah rasio keuangan berpengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2006-2013?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Mengetahui dan mempelajari pengaruh kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diidentifikasi melalui kepemilikan sertifikat ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000, dan memiliki kebijakan insentif saham (ESOP), serta rasio keuangan secara bersama-sama terhadap *Market Value Added* (MVA) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2006-2013.
2) Mengetahui dan mempelajari pengaruh keberadaan kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diidentifikasi melalui kepemilikan sertifikat ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000, dan memiliki kebijakan insentif saham (ESOP) terhadap *Market Value Added* (MVA) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2006-2013.
3) Mengetahui dan mempelajari pengaruh rasio keuangan terhadap *Market Value Added* (MVA) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2006-2013.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat penelitian, yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu:

1) Bagi shareholder

   Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi para shareholder terutama investor dalam mengambil keputusan berinvestasi pada perusahaan yang berkomitmen meningkatkan keuntungan ekonomi, sosial dan lingkungan.

2) Bagi perusahaan

   Hasil penelitian dapat memberi masukan pada pihak manajemen dalam mengambil kebijakan, baik pada lingkup internal maupun bekerjasama dengan pihak lain, untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dalam hal ekonomi, sosial, dan lingkungan.

3) Bagi akademisi dan peneliti berikutnya

   Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dan informasi baru bagi peneliti berikutnya, terutama dalam hal meyakinkan pemilik modal perusahaan akan pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan. Pemilik modal yang memiliki wawasan dan kesadaran tentang pentingnya tanggung jawab sosial akan mendorong pihak manajemen perusahaan untuk dapat berkomitmen melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

1.5. Sistematika Penulisan

Tesis ini terdiri dari enam bab, masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian fenomena yang menjadi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang dipakai dalam penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi uraian teori dan penelitian terdahulu. Tinjauan pustaka mendasari pemikiran dalam menentukan variabel-variabel penelitian, model dan hipotesa penelitian.

Bab III Rerangka Pemikiran, Model dan Hipotesis Penelitian.

Bab ini menggambarkan rerangka pemikiran dan model penelitian, mengenai penilaian para pengelola perusahaan, dalam penerapan CSR. Berdasarkan model penelitian, kemudian dibuatlah hipotesis penelitian.

Bab IV Metode Penelitian

Bab ini menjabarkan obyek penelitian, metode penetapan sampel, pengumpulan data, pengujian dan pengolahan data, serta teknik-teknik yang digunakan dalam analisis penelitian.

Bab V Hasil Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian, dan implikasinya sesuai dengan tujuan dan manfaat penelitian.

Bab VI Simpulan dan Saran

Bab ini berisi simpulan penelitian yang sesuai dengan permasalahan penelitian dan saran bagi peneliti selanjutnya.