

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu tentang pengungkapan praktik CSR di Indonesia telah banyak dilakukan, salah satu penelitian yang dilakukan oleh Sissandhy (2014) tentang “*Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening*” menunjukkan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan kepemilikan asing juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Akan tetapi CSR bukan merupakan intervening dari hubungan kepemilikan asing terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pujiasih (2013) tentang “*Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan dengan CSR Sebagai Variabel Intervening*”, hasil analisis dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan CSR secara tidak langsung berpengaruh terhadap hubungan kinerja lingkungan dan kinerja keuangan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dan Utami (2008) yang berjudul “*Peranan Social Responsibility dalam Nilai Perusahaann*” dengan

menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* menunjukkan bahwa: pertama, *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh positif secara simultan terhadap Nilai Perusahaan. Kedua, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan yang ketiga menunjukkan bahwa prosentase kepemilikan manajemen dan tipe perusahaan bukan variabel moderating yang menghubungkan antar CSR dan nilai perusahaan.

Kusumadilaga (2011) melakukan penelitian tentang “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suhartati, dkk (2011) yang berjudul “*Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur tahun 2007-2008*”. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga meskipun memiliki arah positif tetapi variabel independen ini tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nurlela dan Islahudin (2008) yang berjudul “*Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel*

*Moderating*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi secara parsial pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Almilia dan Wijayanto (2007) yang berjudul “*Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure terhadap Economic Performance*” menunjukkan bahwa *Environmental Performance* perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap *Economic Performance*-nya, dan hipotesis kedua yaitu *Environmental Disclosure* berpengaruh signifikan positif terhadap *Economic Performance*-nya.

Sarumpaet (2005) “*The Relationship Between Environmental Performance and Financial Performance of Indonesian Companies*” menguji hubungan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Kinerja lingkungan yang diteliti diukur dengan menggunakan rating kinerja lingkungan perusahaan atau PROPER yang disediakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup RI, sedangkan kinerja keuangan diukur dengan ROA (return on assets). Penelitian tersebut membuktikan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan.

**Tabel 1.1:**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul	Peneliti	Metode Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	<i>Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening</i>	Sissandhy, 2014	Regresi Berganda	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: Kepemilikan Asing Variabel Intervening: Pengungkapan CSR	Kepemilikan asing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi CSR tidak dapat mempengaruhi hubungan kepemilikan asing terhadap nilai perusahaan.
2.	<i>Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan dengan CSR Sebagai Variabel Intervening</i>	Pujiasih, 2013	Regresi dan analisis jalur (uji sobel)	Variabel Dependen: Kinerja Keuangan	Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap

				<p>Variabel Independen: Kinerja Lingkungan</p> <p>Variabel Intervening: CSR</p>	<p>kinerja keuangan dan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan</p>
3.	<i>Pengaruh Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan</i>	Gunawan dan Utami, 2008	<i>Moderated Regression Analysis</i>	<p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Independen: CSR</p> <p>Variabel Moderating: Prosentase Kepemilikan Manajemen dan Tipe Industri</p>	<p>CSR, prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan prosentase kepemilikan dan tipe industri bukan moderating antara CSR dan nilai perusahaan</p>
4.	<i>Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating</i>	Kusumadilaga, 2011	Regresi Berganda	<p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Independen: CSR</p> <p>Variabel Moderating: Profitabilitas</p>	<p>Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel</p>

					moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.
5.	<i>Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur tahun 2007-2008</i>	Suhartati, dkk, 2011	Regresi Berganda	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan  Variabel Independen:  Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Tata Kelola Perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
6.	<i>Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating</i>	Nurlela dan Islahudin, 2008	<i>Moderated Regression Analysis</i>	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan  Variabel Independen: CSR Variabel Moderating: Prosentase Kepemilikan Manajemen	Secara parsial pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur Kepemilikan Manajemen dapat mempengaruh i hubungan pengungkapan CSR sehingga secara

					simultan dapat mempengaruhi nilai perusahaan
7.	<i>Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure terhadap Economic Performance</i>	Almilia dan Wijayanto, 2007	Regresi linear berganda	Variabel Dependen: <i>Economic Performance</i>  Variabel Independen: <i>Environmental Performance</i> dan <i>Environmental Disclosure</i>	<i>Environmental Performance</i> dan <i>Environmental Disclosure</i> perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap <i>Economic Performance</i> -nya
8.	<i>The Relationship Between Environmental Performance and Financial Performance of Indonesian Companies</i>	Sarumpaet, 2005	Regresi berganda	Variabel Dependen: <i>financial performance</i>  Variabel Independen: <i>Environmental Performance</i>	Tidak ada hubungan yang signifikan antara kinerja lingkungan dan kinerja keuangan perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu memiliki hasil yang berbeda tentang pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya adalah:

1. Penggunaan kinerja lingkungan dan struktur kepemilikan asing sebagai variabel moderating. Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan maka dalam penelitian ini menggunakan variabel moderating yaitu variabel yang diduga

dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen (pengungkapan CSR) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

2. Objek penelitian yaitu perusahaan pertambangan, kehutanan dan perkebunan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013 karena berdasarkan UU No 40 tahun 2007 dan PP No 47 tahun 2012 yang mewajibkan pengungkapan CSR bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan Sumber Daya Alam.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Teori Stakeholder**

Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain). Dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat. Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan stakeholder (Ghozali dan Chariri dalam Sudaryanto (2011: 14)).

Pramelasari (2010) dalam Pujiasih (2013: 10) menjelaskan bahwa manajemen sebuah organisasi diharapkan melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka dan kemudian melaporkan kembali aktivitas-

aktivitas tersebut kepada para *stakeholder*. Teori ini menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi berperan dalam lingkungan sekitar. Organisasi memiliki banyak *stakeholder* seperti karyawan, masyarakat, negara, pasar modal dan lain-lain. Gray *et al* dalam Sudaryanto (2011: 14) menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder*. Oleh karena itu, jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes. Teori *stakeholder* telah menjelaskan mengenai apa yang menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial kepada masyarakat dimana perusahaan itu melakukan kegiatannya.

### **2.2.2 Teori Legitimasi**

Beberapa studi tentang Pengungkapan Sosial dan Lingkungan telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungannya (Wilmshuts dan Frost, 2000 dalam Rahmawati, 2012: 27). Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat di mana mereka berada (Rawi dan Muchlis, 2010: 15). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan usahanya, hal itu dapat di jadikan sarana untuk menyusun strategi perusahaan, terutama terkait dengan memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Sudaryanto (2011: 14) menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai – nilai yang berlaku dalam masyarakat, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi kepentingan perusahaan. Teori legitimasi kaitannya dengan kinerja ekonomi dan kinerja keuangan adalah apabila terjadi ketidakselarasan antara sistem - sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan perusahaan (Lindblom, dalam Sudaryanto 2011: 14).

Perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan sebagai usaha dalam memperoleh Legitimasi. Teori legitimasi menegaskan bahwa untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat atas kegiatan yang dilakukan, maka perusahaan harus menjalankan kegiatannya sesuai dengan norma dan nilai – nilai yang berlaku di lingkungan sekitar.

Perusahaan menyadari bahwa adanya kontrak sosial dengan masyarakat sangat dibutuhkan dalam kelangsungan hidup perusahaan dan dengan adanya CSR merupakan salah satu wujud bentuk tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai

kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA. 1994 dalam Pujiasih (2013: 12)). Selain itu teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan Dowling dan Preffer (1975) dalam Nurlala dan Islahudin (2008: 8).

### **2.2.3 Kinerja Lingkungan**

Kinerja lingkungan disajikan dalam bentuk variabel lingkungan yang dihubungkan positif signifikan dengan kualitas pengungkapan akuntansi lingkungan perusahaan dan juga kinerja ekonomi. Preston (1981) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik dan melakukan pengungkapan yang tinggi memosisikan mereka sebagai perusahaan yang memiliki aktifitas yang berguna dan kualitas pengungkapan ini juga didorong legitimasi terhadap masyarakat (Lindrianasari: 2007).

Kinerja lingkungan diukur dari prestasi perusahaan mengikuti program PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) yang merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) untuk mendorong penataan perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup melalui instrumen informasi. PROPER juga perwujudan transparansi, demokratisasi dalam pengelolaan lingkungan di Indonesia.

Aspek penilaian PROPER adalah ketaatan terhadap peraturan pengendalian pencemaran air, pengendalian pencemaran udara, pengelolaan limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3), Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) serta pengendalian pencemaran laut. Ketentuan ini bersifat wajib untuk dipenuhi berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No. 7 Tahun 2008 Tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan ([www.mnhl.go.id](http://www.mnhl.go.id)).

Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No 5 tahun 2011 tentang Pedoman Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup mengatur tentang mekanisme dan Kriteria Penilaian Proper. Kriteria Penilaian PROPER dibedakan menjadi 2, yaitu ([www.proper.mnhl.go.id](http://www.proper.mnhl.go.id)):

1. Kriteria ketaatan yang digunakan untuk pemeringkatan biru, merah, dan hitam. Kriteria ketaatan pada dasarnya adalah penilaian ketaatan perusahaan terhadap peraturan lingkungan hidup. Peraturan yang digunakan sebagai dasar penilaian adalah peraturan:
  - a) Penerapan Dokumen Pengelolaan Lingkungan
  - b) Pengendalian Pencemaran Air
  - c) Pengendalian Pencemaran Udara
  - d) Pengelolaan Limbah B3
  - e) Pengendalian Pencemaran Air Laut
  - f) Kriteria Kerusakan Lingkungan

2. Kriteria penilaian aspek lebih dari yang dipersyaratkan (*beyond compliance*)

untuk pemeringkatan hijau dan emas. Aspek yang dinilai adalah :

- a) Sistem manajemen lingkungan
- b) Efisiensi energi.
- c) Penurunan emisi
- d) Pemanfaatan dan pengurangan limbah B3.
- e) Penerapan 3 R limbah padat non B3.
- f) Konservasi air dan penurunan beban pencemaran air
- g) Perlindungan keanekaragaman hayati.
- h) Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat.

Menurut Hopfenbeck (1993) dalam kondisi untuk meningkatkan kondisi ekonomi banyak perusahaan saat yang mulai beralih menjadi perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan lebih proaktif terhadap kerusakan atau dampak dari aktivitas perusahaannya. Hal merupakan komitmen dan kerjasama antara karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat agar memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Dari aspek ekonomi, perusahaan mengungkapkan suatu apabila informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dari aspek investasi, investor cenderung menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki kepedulian pada masalah sosial. Disisi lain, manajemen lingkungan digunakan perusahaan sebagai salah satu instrumen untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan.

## 2.2.4 Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Rachman dkk, 2011: 12).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Dalam pandangan berkelanjutan, tanggung jawab sosial perusahaan terikat dalam proses bisnisnya, yaitu perlunya membangun hubungan yang baik kepada stakeholder, masyarakat dan lingkungan. Hubungan yang baik dengan para stakeholder akan membawa memberikan manfaat jangka panjang kepada perusahaan (Rachman dkk, 2011: 80)

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan

ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan (Nurlela dan Islahuddin, 2008: 8 ).

International Standar ISO 26000 *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab suatu organisasi sebagai dampak dari suatu keputusan dan kegiatan kemasyarakatan dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis yang memberikan kontribusi untuk pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan para pemangku kepentingan; sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional perilaku dan terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktekkan dalam suatu hubungan (Rachman dkk, 2011: 16)

Titisari (2009: 34) menjelaskan bahwa *corporate sosial responsibility* atau tanggung jawab sosial adalah kewajiban perusahaan untuk selalu menyeimbangkan antara kesejahteraan pemilik dan kesejahteraan lingkungan sosial, jangan hanya menyediakan barang dan jasa untuk masyarakat saja. Dari berbagai definisi *corporate sosial responsibility*, ada satu kesamaan bahwa CSR tak bisa lepas dari kepentingan dari *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Mereka adalah pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat negara dan lingkungan. Konsep inilah yang kemudian oleh John Elkington sebagai *triple bottom line*, yaitu *profit, people, and planet*. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga

kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup planet. Dengan begitu, perusahaan yang menggunakan praktik CSR dengan benar, pasti akan peduli dengan lingkungan sekitar. Dengan cara itu pula suatu perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga diakui keberadaannya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pelaporan tanggung jawab sosial mengacu pada pengukuran dan komunikasi informasi mengenai pengaruh suatu perusahaan terhadap kesejahteraan karyawannya, masyarakat setempat dan lingkungan (Jospitha dan Vivi, 2014: 4).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability reporting* meliputi pelaporan ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Pujiasih (2013: 31)).

Nurlela dan Islahundin (2008: 14) juga menjelaskan bahwa Perusahaan menyadari bahwa adanya kontrak sosial dengan masyarakat sangat dibutuhkan

dalam kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*) dan dengan adanya CSR merupakan salah satu wujud bentuk tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan .

### 2.2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai yang mengukur seberapa penting sebuah perusahaan di mata para pelanggannya. Nilai perusahaan atau yang biasa disebut dengan *company value* berkaitan dengan masa depan perusahaan. Sebuah perusahaan yang dinilai menguntungkan akan lebih banyak mendapat perhatian dari para investor, yang hal ini dapat dilihat dari jumlah investor yang menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Maka tinggi atau rendahnya nilai perusahaan dapat dilihat melalui nominal harga saham yang diperjualbelikan di pasar saham. Oleh karena itu tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore, 2005 dalam Sissandy: 2014: 34).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang biasanya sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi memberikan gambaran kemakmuran pemegang saham. Penilaian kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja fundamental (analisis rasio), kinerja saham ataupun nilai pasar perusahaan (*market to book value* atau *tobin's Q*) (Nurlela dan Islahudin, 2008: 7). Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui

beberapa aspek, salah satunya adalah dari aspek harga pasar, nilai buku dan nilai intrinsik (Halim, 2005: 20).

Harga saham sebagai salah satu indikator dari nilai perusahaan merupakan refleksi dari kualitas kinerja lingkungan dan sosial perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik, maka akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Sedangkan, apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk, maka akan muncul keraguan dari investor sehingga akan direspon negatif yang dapat mengakibatkan menurunnya harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi tujuan yang paling diinginkan oleh para pemilik perusahaan karena dengan tingginya nilai perusahaan maka tingkat kemakmuran para pemegang saham juga akan meningkat. Kekayaan para pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan dengan harga dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan aset manajemen (Sissandhy, 2014: 2).

Untuk mengetahui nilai pasar perusahaan dimata investor, digunakanlah rasio-rasio keuangan. Rasio-rasio inilah yang nantinya akan memberikan indikator bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa yang akan datang. Manajer dan investor sering lebih tertarik pada nilai suatu perusahaan (Arifin, 2010: 16).

Nilai pasar perusahaan diukur oleh nilai pasar dari saham biasa ditambah nilai pasar dari obligasi jangka panjang dan nilai buku saham preferensi. Nilai

pasar dari saham bisa diestimasi dengan mengalikan jumlah saham biasa dengan harga saham di akhir tahun fiskal, sedangkan nilai hutang seluruh perusahaan adalah sama dengan nilai buku total seluruh hutang jangka panjang. Nilai buku saham mencerminkan perusahaan, dan nilai perusahaan tercermin pada kekayaan nilai bersih ekonomis yang dimilikinya. Nilai buku saham bersifat dinamis tergantung pada perubahan nilai kekayaan bersih ekonomis pada saat itu (Halim, 2005: 20).

Samuel (2000) dalam Rupilu (2010) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Wahyudi (2005: 6) juga menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual.

#### **2.2.6 Struktur Kepemilikan Modal Asing**

Penanaman Modal Asing adalah kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri. Dengan adanya penanaman modal asing tersebut maka akan timbul kepemilikan asing. Kepemilikan asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik oleh individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan di

Indonesia. Selama ini kepemilikan asing merupakan pihak yang dianggap peduli terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Maulida, 2013: 28).

Menurut Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pada pasal 1 angka 6 kepemilikan asing adalah perseorangan warga negara asing, badan usaha asing, dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia. Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya, dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Suchman, 1995 dalam Sissandhy, 2014: 3).

Perusahaan yang memiliki kepemilikan saham asing cenderung memberikan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan yang tidak. Hal ini disebabkan beberapa alasan. Pertama, perusahaan asing terutama dari Eropa dan Amerika lebih mengenal konsep praktik dan pengungkapan CSR. Kedua, perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri. Ketiga, perusahaan tersebut mungkin mempunyai sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk. Keempat, kemungkinan permintaan yang lebih besar pada perusahaan berbasis asing dari pelanggan, pemasok, dan masyarakat umum (Puspitasari, 2009: 14).

Seperti diketahui negara-negara di Amerika dan Eropa sangat memperhatikan isu sosial misalnya hak asasi manusia, pendidikan, tenaga kerja,

dan lingkungan seperti efek rumah kaca, pembalakan liar, serta pencemaran air. Salah satu bukti bahwa negara Eropa peduli terhadap sosial adalah di bentuknya *European Environmental Agency* (EEA) yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan bertemakan lingkungan hidup di Eropa (Fauzi, 2006).

### 2.3 Kajian Keislaman CSR Sebagai Tanggung Jawab Sosial

*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu wujud kepedulian dalam membangun lingkungan sekitar yang baik dan sejahtera. Salah satu bentuk pengabdian kepada sang pencipta dengan cara melakukan pengelolaan terhadap setiap sumber daya alam yang diamanatkan-Nya kepada manusia dengan memperhatikan keseimbangan lingkungan dan kesejahteraan makhluk-mahluk lain di bumi ini.

Tanggung jawab manusia untuk memelihara lingkungan hidup diulang berkali-kali dan larangan merusak lingkungan telah dinyatakan dengan jelas dalam Al Qur'an. Ayat-ayat Al-Qur'an yang menginformasikan tentang ketidakpedulian manusia terhadap lingkungan hidup antara lain sebagai berikut ;

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ

“dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”. (QS Al A'raf: 56)

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَكُمْ ثُمَّ رَزَقَكُمْ ثُمَّ يُمِيتُكُمْ ثُمَّ يُحْيِيكُمْ هَلْ مِنْ شُرَكَائِكُمْ مَن يَفْعَلُ مِنْ ذَٰلِكُمْ مِثًّا

شَيْءٍ سُبْحٰنَهُ وَتَعَالَىٰ عَمَّا يُشْرِكُونَ ﴿٤٠﴾

“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan pada mereka sebagai dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (kejalan yang benar)”. (QS Ar Ruum: 40).

Banyak kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas suatu perusahaan khususnya perusahaan yang langsung berhubungan dengan sumber daya alam seperti perusahaan pertambangan dan perkebunan. Kerusakan yang timbul akibat aktiitas bisnisnya berdampak pada masyarakat yang ada di sekitar. Oleh sebab itu untuk saat ini banyak perusahaan yang mulai peduli terhadap dampak kerusakan lingkungan yang diakibatkannya. Bentuk kepedulian ini diwujudkan dalam program CSR yang mulai berkembang saat ini. CSR yang dilakukan sebagai upaya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan juga

sebagai bentuk tanggung jawabnya kepada lingkungan. Adapun dana yang dialokasikan untuk program CSR berasal dari laba perusahaan. Dalam Islam juga dikenal zakat dan shodaqah untuk membersihkan harta, seperti dalam QS. Al Baqarah 195:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

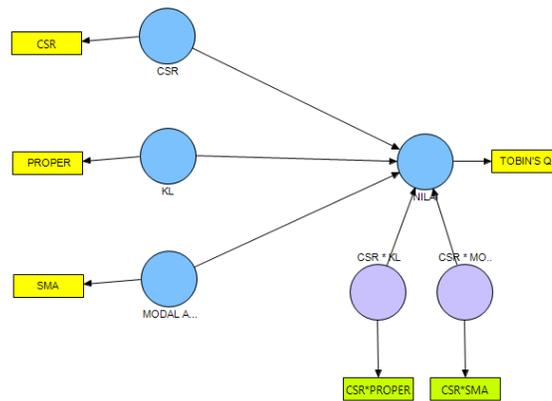
*“dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”.*

#### **2.4 Kerangka Konseptual**

Berdasarkan landasan teori di atas yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka konsep yang digunakan untuk memudahkan pemahaman terhadap penelitian sebagai berikut:

#### **Gambar 2.1**

#### **Kerangka Konseptual**



**Keterangan:**

**CSR** : *Corporate Social Responsibility* dengan indikator Indeks pengungkapan CSR.

**KL** : Kinerja Lingkungan dengan indikator peringkat PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan atas Pengelolaan Lingkungan Hidup).

**Modal A** : Struktur Kepemilikan Modal Asing dengan indikator Prosentase Kepemilikan Saham Asing (SMA).

**NILAI** : Nilai Perusahaan dengan indikator Rasio Tobin's Q.

**CSR\*KL** : Efek Moderasi Kinerja Lingkungan terhadap pengungkapan CSR.

**CSR\*MO** : Efek Moderasi Struktur Kepemilikan Modal terhadap pengungkapan CSR.

Gambar kerangka konseptual di atas menjelaskan bahwa Corporate Social Responsibility, kinerja lingkungan dan kepemilikan asing merupakan variabel predictor (independen) yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan selain itu kinerja lingkungan dan kepemilikan asing juga sebagai variabel moderating. Variabel moderating adalah variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2013: 80).

Penambahan variabel moderating kinerja lingkungan dan kepemilikan modal asing disini dimaksudkan untuk memperkuat hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) perusahaan merupakan cerminan hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar perusahaan sehingga dapat mencerminkan kualitas dari perusahaan tersebut. Pengungkapan CSR diharapkan meningkatkan *image* perusahaan sehingga dapat mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi. Keputusan investasi tersebut dapat meningkatkan penghasilan perusahaan dan nilai perusahaan. Kebijakan yang diambil oleh investor asing akan lebih memperhatikan lingkungan perusahaan. Dengan demikian, apabila CSR diinteraksikan dengan kinerja lingkungan dan kepemilikan asing diduga berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

## 2.5 Perumusan Hipotesis

### 2.5.1 *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad, *et al.* (2003) dalam (Gunawan dan Utami, 2008) di Malaysia menemukan bukti bahwa pengungkapan CSR mencerminkan usaha-usaha perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan dan agar dapat dilihat sebagai perusahaan yang bertanggungjawab. Selain itu dalam penelitian yang dilakukan Kusumadilaga (2009: 65) menunjukkan bahwa Variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013: 22) dengan menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007-2010. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori signal (*signalling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009: 38).

Hasil penelitian di atas memberikan arti bahwa dengan adanya pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan akan menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas konsumen akan berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan keuntungan perusahaan juga akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan dan penelitian terdahulu maka diduga:

$H_1$  : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan

### **2.5.2 Kinerja Lingkungan Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan**

Perusahaan yang mengungkapkan kinerja lingkungan akan membuat laporan tersendiri yang berisi laporan kinerja sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan, dengan harapan akan dapat mempengaruhi investasi jangka panjang yang dilakukan. Kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan dapat digunakan sebagai sarana marketing bagi perusahaan untuk mempengaruhi penjualan yang akan berdampak terhadap harga saham yang nantinya akan menaikkan nilai perusahaan (Pujiasih, 2013: 38).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan akan berpengaruh terhadap kinerja finansial perusahaan. Almilia dan Wijayanto (2007: 18) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara

kinerja lingkungan dengan kinerja ekonomi. Hal ini memberikan penjelasan bahwa kinerja lingkungan perusahaan memberikan akibat pada kinerja finansial perusahaan yang tercermin pada tingkat return tahunan perusahaan berdasarkan pada kenaikan harga saham pada akhir tahun. Hipotesis kedua penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

### **2.5.3 Struktur Kepemilikan Modal Asing Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan**

Selama ini kepemilikan asing merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menjadikan perusahaan multinasional mulai mengubah perilaku mereka dalam beroperasi demi menjaga legitimasi dan reputasi perusahaan (Fauzi, 2006). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Sissandhy (2014: 66) menemukan fakta bahwa struktur kepemilikan asing berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Salvatore (2003) dalam Sissandhy (2014: 34) menyatakan bahwa sebuah portofolio yang mengandung saham-saham domestik dan asing menawarkan resiko yang lebih rendah dan tingkat pengembalian yang lebih tinggi bagi investornya dibanding portofolio yang hanya mengandung saham-saham domestik. Hal tersebut bisa menjadi pertimbangan bagi pemegang

saham. Dengan begitu terdapat asumsi dampak positif terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan akan meningkat.

H<sub>3</sub>: Struktur kepemilikan modal asing berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan

#### **2.5.4 Kinerja Lingkungan Memiliki Pengaruh sebagai Variabel dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan**

Preston (1981) dalam Lindrianasari (2007) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dan melakukan pengungkapan yang tinggi memosisikan mereka sebagai perusahaan yang memiliki aktifitas yang berguna dan kualitas pengungkapan ini juga akan mendorong legitimasi dari masyarakat sehingga akan menaikkan nilai saham mereka. Penelitian ini memperlihatkan hubungan yang positif antara kinerja lingkungan dan kualitas pengungkapan lingkungan dengan kinerja lingkungan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rakhiemah dan Agustia (2009: 15) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR akan tetapi tidak ada pengaruh secara langsung antara kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan. Begitu pula halnya dengan penelitian oleh Suratno dkk. (2006) yang mengungkapkan hubungan positif dan signifikan secara statistik antara kinerja lingkungan dengan CSR *disclosure* terhadap kinerja keuangan.

Sebuah penelitian tentang pasar saham menunjukkan bahwa investor bereaksi ketika adanya pengumuman mengenai peringkat kinerja lingkungan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengumuman ini merupakan berita baik sehingga program pemeringkatan kinerja terhadap lingkungan perlu dilaksanakan kembali. Pengumuman peringkat kinerja perusahaan dalam mengelola lingkungan dari PROPER memiliki kandungan informasi sehingga direaksi oleh pasar yang ditunjukkan dengan adanya *abnormal return* yang signifikan pada saat pengumuman dan dua hari setelah tanggal pengumuman (Wiranata: 2014). Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : Kinerja lingkungan memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai Perusahaan.

#### **2.5.5 Struktur Kepemilikan Modal Asing Memiliki pengaruh sebagai Variabel Moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan**

Perusahaan multinasional memiliki kemampuan untuk meningkatkan harga saham yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan nasional. Hal ini disebabkan karena para investor lebih selektif dalam memiliki perusahaan dengan kepemilikan asing yang dianggap lebih siap dan mampu untuk melaksanakan program CSR dapat memberikan para investor tersebut

keuntungan karenanya (Sissandhy, 2014: 31). Penerapan CSR di Indonesia dapat diindikasikan sebagai akibat dari peningkatan nilai perusahaan asing setelah menerapkan CSR di dalam operasional perusahaan. Dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki kontrak dengan foreign stakeholders, maka perusahaan akan didukung secara penuh dalam pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga pelaksanaan dan pengungkapan CSR perusahaan multinasional diyakini lebih tinggi dibanding dengan perusahaan nasional.

Beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh pada pengungkapan CSR (Rustiarini, 2010: 14). Selain itu sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan Tamba (2011: 101) juga menyebutkan bahwa kepemilikan asing memiliki efek positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang dimiliki asing ternyata tidak memperlihatkan laporan pembiayaan lingkungan yang signifikan. Namun, jika dibandingkan dengan perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki lokal, perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki asing lebih besar melakukan pembiayaan terhadap lingkungan. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dengan lebih baik akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>5</sub>: Struktur kepemilikan modal memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai Perusahaan.

