

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

Ada tiga teori yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu teori *stakeholder*, teori *legitimasi*, dan teori *signaling*:

1. Teori Stakholder (Stakeholder theory)

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh entitas perusahaan, seperti pemegang saham, kreditur, konsumen, karyawan, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis pasar modal, pesaing, dan lain-lain. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghazali dan Chariri (2007)).

Menurut Gray (1994:53) dalam Titan (2012) mengatakan bahwa pengungkapan CSR dianggap sebagai penghubung antara perusahaan dengan *stakeholder*. makin baik pengungkapan *Corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba. Sehingga pada akhirnya para

stakeholder juga yang akan menuai keuntungan dari pencapaian perusahaan yang lebih melalui pelaksanaan kegiatan (Ghazali dan Chariri (2007).

2. Teori Sinyal (*Signaling theory*)

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar. Sinyal informasi ini dibutuhkan oleh para investor untuk menentukan apakah investor tersebut akan menanamkan sahamnya pada perusahaan yang bersangkutan atau tidak. Teori ini berfungsi untuk memberikan kemudahan bagi investor untuk mengembangkan sahamnya yang dibutuhkan oleh manajemen perusahaan dalam menentukan arah atau prospek perusahaan ke depan (Bramantyo, 2012: 29).

Menurut Agustini (2011) teori sinyal (*signaling theory*) menjelaskan bagaimana seharusnya sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen (agent) disampaikan kepada pemilik (*principal*). Dalam hubungan keagenan, manajemen mempunyai informasi yang akurat tentang nilai perusahaan yang tidak diketahui oleh investor, sehingga manajer menimbulkan asimetri informasi terhadap pihak eksternal perusahaan seperti investor dan kreditor.

Asimetri informasi akan terjadi jika manajemen tidak secara penuh menyampaikan semua informasi yang diketahuinya tentang semua hal yang dapat

mempengaruhi nilai perusahaan ke pasar modal hingga pada perubahan harga saham.

Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri tersebut dengan memberikan signal pada pihak luar, sehingga jika manajemen menyampaikan suatu informasi ke pasar, maka umumnya pasar akan merespon informasi sebagai suatu signal berupa *goodnews* atau *badnews* terhadap adanya peristiwa tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang tercermin dari perubahan harga dan volume perdagangan saham.

3. Teori Keagenan (*Agency theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan di dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut.

Teori keagenan ditekankan untuk mengatasi dua permasalahan yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan (Eisenhardt, 1989 dalam Darmawati, dkk., 2005). Pertama adalah masalah keagenan yang timbul pada saat keinginan atau tujuan dari prinsipal dan agen berlawanan dan merupakan suatu hal yang sulit atau mahal bagi prinsipal untuk melakukan verifikasi tentang apa yang telah benar-benar dilakukan

oleh agen. Permasalahannya adalah bahwa prinsipal tidak dapat memverifikasi apakah agen telah melakukan sesuatu secara tepat. Kedua, adalah masalah pembagian risiko yang timbul pada saat prinsipal dan agen memiliki sikap yang berbeda terhadap risiko. Oleh karena itu dibuat kontrak yang diharapkan dapat menyelaraskan kepentingan prinsipal dan agen.

4. *Legitimacy Theory*

Legitimasi adalah suatu kondisi dimana sistem nilai sebuah entitas sama dengan sistem nilai dari sistem sosial masyarakat dimana suatu entitas menjadi bagian dari masyarakat. Teori Legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan dapat bersifat eksplisit dan implisit. Perwujudan legitimasi dalam dunia bisnis dapat berupa pelaporan kegiatan CSR.

Pelaporan kegiatan CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker,1990: dalam Sayekti dan Wondabio,2007).

B. Struktur Kepemilikan

1. Pengertian Kepemilikan

Struktur kepemilikan (*ownership structure*) adalah struktur kepemilikan saham yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh “orang dalam” (*insiders*) dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor. Atau dengan kata lain struktur kepemilikan saham adalah proporsi kepemilikan keluarga, kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan asing dalam kepemilikan saham perusahaan. Dalam menjalankan kegiatannya, suatu perusahaan diwakili oleh direksi (*agents*) yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principals*), Erida (2011).

2. Jenis-jenis Struktur Kepemilikan

a. Kepemilikan Keluarga

Suatu organisasi dinamakan perusahaan keluarga apabila orang-orang yang terlibat dalam bisnis sebagian besar masih terikat dalam garis keluarga dan mereka mempengaruhi kebijakan perusahaan, biasanya perusahaan yang dikuasai oleh keluarga cenderung memiliki manajemen dari pihak keluarga juga, sehingga konflik agensi dapat diminimalisir (Susanto et al, 2007). Hal ini sejalan dengan pendapat Arifin (2003) yang menyatakan bahwa perusahaan yang dikendalikan keluarga konflik agensinya lebih kecil jika dibandingkan perusahaan yang dikuasai oleh publik atau tanpa pengendali utama.

Berkurangnya konflik agensi berarti berkurang pula tingkat asimetri informasi. Dengan alasan ini manajemen yang berasal dari keluarga merasa pengungkapan CSR kurang bermanfaat untuk dilakukan, karena akan meningkatkan

biaya untuk perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Fama dan Jensen (1983), menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan keluarga lebih efisien dari pada perusahaan yang dimiliki publik karena biaya pengawasan yang dikeluarkan atau monitoring cost yang lebih kecil.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan proses verifikasi kepemilikan keluarga, yang dapat dilihat dalam catatan atas laporan keuangan mengenai kepemilikan saham. kepemilikan saham yang tercatat diluar dari perusahaan publik, institusi keuangan dan pemerintah dapat dikatakan sebagai kepemilikan keluarga. Selain itu kepemilikan keluarga juga dapat dilihat dari nama dewan direksi dan dewan komisaris. Apabila nama dewan direksi dan dewan komisaris cenderung sama dan mempunyai saham dalam kepemilikan perusahaan maka dimungkinkan perusahaan tersebut termasuk dalam kepemilikan oleh keluarga.

b. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak- pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pension, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas saham karena mereka sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya (shien, et al. 2006). Oleh karena menguasai saham mayoritas, maka pihak institusional dapat melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen secara lebih kuat dibandingkan dengan pemegang saham lain.

Menurut Jensen dan Meckling (1976), salah satu cara untuk mengurangi *agency cost* adalah dengan meningkatkan kepemilikan institusional yang berfungsi untuk mengawasi agen. Dengan kata lain, akan mendorong pengawasan yang optimal terhadap kinerja manajemen.

Peningkatan kepemilikan institusional menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen sehingga secara otomatis manajemen akan menghindari perilaku yang merugikan prinsipal. Semakin besar *institusional ownership* maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan (Shleifer dan Vishny (dalam Tendi Haruman,2008).

Dalam penelitian ini peneliti melakukan proses verifikasi kepemilikan institusi,yang dapat dilihat dalam catatan atas laporan keuangan mengenai kepemilikan saham., apabila institusi yang berbentuk seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pension, dan institusi lainnya dapat dikatakan sebagai kepemilikan institusi.

c. Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri . Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Djakman dan Machmud,2008).

Perusahaan yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh asing biasanya lebih sering menghadapi masalah asimetri informasi dikarenakan hambatan geografis dan

bahasa. Oleh sebab itu perusahaan dengan kepemilikan asing yang besar akan terdorong untuk melaporkan atau mengungkapkan informasinya secara sukarela dan luas (Huafang dan Jianguo, 2007).

Dalam penelitian ini peneliti melakukan proses verifikasi kepemilikan asing, yang dapat dilihat dalam catatan atas laporan keuangan mengenai kepemilikan saham, apabila investor perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya berstatus luar negeri dapat dikatakan sebagai kepemilikan asing.

C. Corporate Social Responsibility

Ada berbagai definisi tentang CSR, antara lain menurut *the world business council for sustainable development* (WBCSD) sebagai berikut :

Corporate social responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life the workforce and their families as well as of the local community and society at large.

Berdasarkan pengertian tersebut, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi, 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 pembangunan. Sependapat dengan hal tersebut, Ebert (2003) dalam Rosmasita (2007) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok dan individual dalam lingkungan perusahaan tersebut, termasuk

didalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor.

CSR berusaha memberikan perintah terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya. Sebagaimana dijelaskan oleh Darwin (2004) dalam Anggraini (2006). Pertanggungjawaban sosial adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksi perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan, yang melebihi tanggung jawab perusahaan atau organisasi di bidang hukum. Dengan demikian, operasi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya berkomitmen dengan ukuran keuntungan secara *financial* saja, tetapi juga harus berkomitmen pada pembangunan sosial ekonomi secara menyeluruh dan berkelanjutan. Berbagai definisi di atas sesuai dengan definisi CSR dalam ISO 26000 (www.csrindonesia.com):

Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society the environment through transparent and ethial behavior that is consistent with sustainable developmet; is in compliance with applicable law and consistent internasional norms of behavior; and is integrated throughout the organization.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengertian mengenai CSR pada intinya adalah merupakan suatu upaya tanggung jawab perusahaan atau organisasi atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas yang telah diambil dan dilakukan oleh organisasi tersebut, dimana dampak itu pastinya akan dirasakan oleh pihak-pihak terkait termasuk masyarakat dan lingkungan.

Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa CSR terbagi menjadi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja

sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan komitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Daftar pengungkapan sosial berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahlia dan Siregar (2008), peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu (terlampir dihalaman 71-77):

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Sosial
6. Indikator Kinerja Produk

D. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar. (Nurlela dan Ishlahuddin, 2008). Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat.

Samuel (2000) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) 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. Sedangkan Wahyudi (2005) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asumsi, perkiraan, dan *judgment*. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu : nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah : a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba; b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; d) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva; e) pendekatan harga saham; f) pendekatan *economic value added* (Suharli, 2006).

E. Penelitian Terdahulu

- 1) Rika Nurlala dan Islahuddin (2008), menemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, presentase kepemilikan, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan presentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

- 2) Ni WayanRustiarini (2010), dalam penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR, *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta *corporate governace* merupakan variable pemoderasi pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti penerapan *good corporate governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan CSR sehingga meningkatkan nilai perusahaan.
- 3) Mackmud dan djakman (2008), dalam penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan asing tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR, dan kepemilikan institutional juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sehingga menyimpulkan bahwa kepemilikan asing maupun institutional tidak mempunyai perhatian terhadap pengungkapan CSR untuk pengambilan keputusan.
- 4) Hasil penelitian Harjoto dan Jo (2007), menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 5) Djoko Suhardjanto dan Shinta Nugraheni (2012), menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 6) Triasesiarta Nur, 2012. Kepemilikan keluarga dan level diversifikasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- 7) Vincentia Wahyu Juwita,2013. *Tax avoidance* jangka panjang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan keluarga memperlemah pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan.

TABEL.2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Ringkasan beberapa penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel:

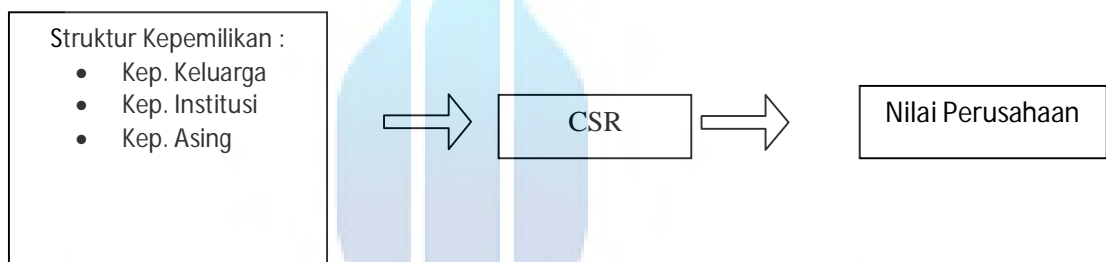
No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil penelitian
1	Nurlela dan Islahuddin, 2008	CSR, Persentase Kepemilikan dan Nilai Perusahaan	CSR dan Persentase Kepemilikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Rustiarini, 2010	Pengungkapan CSR, GCG dan Nilai Perusahaan	Pengungkapan CSR, <i>corporate governance</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3	Mackmud dan djakman 2008	Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan CSR	kepemilikan asing, kepemilikan institusional tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR
4	Harjoto dan Jo 2007	CSR dan Nilai perusahaan	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
5	Djoko Suhardjanto dan Shinta Nugraheni (2012)	CSR dan Nilai Perusahaan	CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan
6	Triasesiarta Nur, 2012	Kepemilikan Keluarga, level diversifikasi dan nilai perusahaan	Kepemilikan keluarga dan level diversifikasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
7	Vincentia Wahyu Juwita, 2013	<i>Tax avoidance</i> , kepemilikan keluarga dan nilai perusahaan	<i>Tax avoidance</i> jangka panjang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan keluarga memperlemah

			pengaruh <i>tax avoidance</i> terhadap nilai perusahaan
--	--	--	---

F. Kerangka teoritis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan landasan teori, maka variable yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1 kerangka penelitian



Gambar Model Hubungan CSR dalam Memediasi Struktur Kepemilikan dan Nilai Perusahaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA