

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan filantropi semakin menjadi perhatian dalam beberapa tahun terakhir ketika penggunaan media sosial pada era globalisasi telah menciptakan transparansi yang mencakup hingga komunitas internasional dalam keterbukaan informasi mengenai kontribusi terhadap *charity* dan sebab permasalahan sosial yang dapat mempengaruhi reputasi baik individu maupun organisasi. Tingginya perhatian terkait kegiatan filantropi di Indonesia ditunjukkan dari peringkat pertama yang diperoleh berdasarkan survei yang dilakukan pada 146 negara selama tahun 2017 dengan nilai index 59% (Charities Aid Foundation, 2018). Meningkatnya peringkat Indonesia dalam menjalankan kegiatan filantropi menunjukkan bahwa perhatian terhadap nilai-nilai kemanusiaan di Indonesia semakin meningkat dan semakin memberikan dukungan terhadap kegiatan filantropi.

Bagi perusahaan, hal tersebut menjadi perhatian khusus karena konsumen dan investor saat ini lebih mudah mengakses informasi dan menjadi lebih tertarik dengan nilai-nilai perusahaan dan tanggung jawab perusahaan yang menunjukkan perhatiannya terhadap nilai-nilai sosial baik dalam lingkup perusahaan dan dalam lingkup masyarakat sekitar yang dijalankan berdasarkan konsep filantropi. Pada negara berkembang, pembangunan nilai-nilai sosial diantaranya terkait pendidikan, kesehatan, bencana yang terjadi, serta upaya mengurangi tingkat kemiskinan menjadi fokus utama perhatian masyarakat, salah satunya di Indonesia.

Perhatian tersebut terlihat dari antusiasme masyarakat dan perusahaan terhadap program-program filantropi dengan ikut aktif dalam acara dua tahunan Filantropi Indonesia Festival (FIFest) 2018 yang merupakan tahun kedua acara tersebut diselenggarakan oleh Filantropi Indonesia pada tanggal 15–17 November 2018. Pada acara tersebut, perusahaan dapat menunjukkan inovasi mereka yang berkaitan dengan pencapaian SDG (*Sustainable Development Goals*). Pada kesempatan itulah perusahaan yang ada di Indonesia dapat menunjukkan bentuk perhatiannya terhadap masyarakat sekitar yang membutuhkan bantuan baik dalam bentuk pemberian dana maupun pembangunan dan pemberian fasilitas untuk kegiatan tersebut secara berkelanjutan hingga memberikan hasil yang optimal bagi masyarakat dan perusahaan. Perusahaan saat ini dapat memberikan kontribusi aktif baik secara langsung maupun tidak langsung melalui organisasi filantropi atau yayasan perusahaan terkait.

Pada Oktober 2018 lalu, BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) mencatat gempa dan tsunami di Palu dan Donggala yang terjadi bulan September 2018 menewaskan 2.081 orang (Shemi, 2018). Besarnya skala bencana tersebut menjadi perhatian seluruh lapisan masyarakat hingga seluruh dunia untuk memberikan bantuannya, khususnya perusahaan yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah Astra International, Tbk. yang memberikan dana bantuan sebesar Rp 4,5 miliar kepada korban bencana gempa dan tsunami di Palu dan Donggala berupa kebutuhan sehari-hari korban seperti tenda, selimut, bahan makanan, dan lain sebagainya.

Filantropi yang dijalankan perusahaan tidak hanya berupa sumbangan yang diberikan pada saat tertentu seperti bencana alam atau bantuan sumbangan keagamaan, kini perusahaan menjalankan filantropi secara berkelanjutan dengan merancang program terkait pendidikan dan kesehatan yang dibangun dan diawasi selama dan paska program tersebut dijalankan setiap tahunnya. Salah satu contoh program filantropi yang berkelanjutan adalah program yang dijalankan Bank Central Asia (BCA) yang berkontribusi dalam pengembangan pendidikan melalui Solusi Cerdas yang memberikan kesempatan peserta program untuk dapat melanjutkan sekolahnya ke jenjang yang lebih tinggi dengan pemberian beasiswa, pelatihan, dan bantuan lainnya untuk meningkatkan sarana dan prasarana di sekolah. Salah satunya adalah Sekolah Binaan Bakti BCA yang melaksanakan pelatihan guru, serta memberikan bantuan baik pengadaan maupun pembangunan sarana dan prasarana yang setiap tahunnya dievaluasi untuk proses perencanaan dan pengembangan program selanjutnya pada 17 sekolah binaan di Lampung, Banten, dan Yogyakarta.

Menurut studi yang dilakukan Charles Fombrum, salah satu pakar reputasi dunia, mengungkapkan bahwa reputasi perusahaan dibangun dengan mengintegrasikan pertimbangan ekonomi dan sosial dalam strategi bisnis untuk mengembangkan praktik bisnisnya (Yusdantara dan Rahanatha, 2015). Berdasarkan studi tersebut, program filantropi yang dijalankan perusahaan dapat memberikan manfaat terkait reputasi perusahaan dari sudut pandang masyarakat yang dapat memberikan dampak langsung bagi perusahaan. Dengan membangun reputasi yang baik di mata konsumen dan investor, perusahaan dapat memperoleh

legitimasi terkait kontrak sosial untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pasar dan meningkatkan pengembalian terhadap kontribusi tersebut demi keberlanjutan perusahaan.

Kebijakan terkait kontribusi yang diterapkan di luar negeri, seperti Inggris, Kanada, Perancis dan Amerika Serikat mengatur secara detail dari konsep hingga tahap evaluasi dan penyusunan laporan tanggung jawab sosialnya berdasarkan *code of conduct* CSR yang dibuat dan telah disesuaikan di masing-masing negara, diantaranya melalui sistem insentif di Amerika Serikat, dimana perusahaan yang menyumbang kepada kelompok masyarakat sipil akan mendapatkan pemotongan pajak dan CSR-SC di Italia yang mengatur penilaian diri, pengukuran, pelaporan, serta penjaminan kebenaran isi laporan (Sutedi, 2015: 57). Bahkan di India, melalui Company Act 2013, komite CSR perusahaan harus menjamin dana CSR minimal 2% dari rata-rata keuntungan bersih perusahaan untuk menjalankan program CSR, termasuk filantropi, sedangkan di Indonesia belum ada ketentuan perundang-undangan yang mengatur mengenai perhitungan anggaran, sanksi, dan *award* bagi perusahaan yang menjalankan program tanggung jawab sosialnya dengan baik, serta indikator isi pelaporan tersebut, sehingga dalam melaksanakan program tanggung jawab sosialnya, perusahaan di Indonesia masih menggunakan instrumen internasional, seperti ISO 26000 dan OECD Guidelines for Multinational Enterprises secara suka rela dan beragam (Sefriani dan Wartini, 2017).

Salah satu kebijakan yang beragam terkait filantropi adalah kebijakan terkait anggaran dalam pelaksanaan program filantropi. Perbedaan nilai filantropi yang diberikan perusahaan tersebut dapat mencerminkan keseriusan perusahaan dalam

memberikan kontribusinya terhadap permasalahan sosial. Nilai tersebut dapat terlihat dari pengungkapan perusahaan terkait jumlah sumbangan baik dalam bentuk dana maupun fasilitas yang diberikan oleh perusahaan, seperti pada beberapa perusahaan berikut yang mengungkapkan nilai dan kegiatan filantropinya secara lengkap dan masuk indeks SRI KEHATI, dimana perusahaan berikut diseleksi salah satunya pada aspek fundamental yang mempertimbangkan keterlibatan masyarakat dan hak asasi manusia, diantaranya:

Tabel I.1
Nilai Filantropi Perusahaan SRI KEHATI

No	Kode	Nama Saham	Nilai Filantropi (dalam Rupiah)		
			2016	2017	2018
1	ASII	Astra International, Tbk.	98.103.000.000	111.868.000.000	128.296.234.281
2	AALI	Astra Agro Lestari, Tbk.	91.574.000.000	112.373.000.000	96.810.000.000
3	KLBF	Kalbe Farma, Tbk.	90.000.000.000	100.000.000.000	92.000.000.000
4	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.	62.747.443.679	107.759.402.085	115.438.383.424
5	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk.	81.970.000.000	81.970.000.000	105.880.000.000
6	BBCA	Bank Central Asia, Tbk.	54.571.000.000	101.399.085.664	102.637.000.000

Sumber: Data Diolah Peneliti (2019).

Kebijakan terkait besarnya nilai filantropi perusahaan tersebut dapat menjadi fokus empiris untuk mengetahui kebijaksanaan pemimpin perusahaan karena besarnya filantropi yang relatif kecil jika dibandingkan dengan sumber daya yang dikendalikan perusahaan dan kebijakan tersebut tidak tunduk pada tekanan hukum dan pasar karena sifatnya yang sukarela (Bond, Harrigan, dan Slaughter, 2014).

Kebijakan tersebut ditentukan oleh kondisi perusahaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang telah diteliti sebelumnya, diantaranya kepemilikan manajerial, kepemilikan keluarga, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, ukuran perusahaan, nilai perusahaan, profitabilitas perusahaan, koneksi politik, masa jabatan dewan, pendidikan dewan, umur perusahaan, dan keberadaan wanita dalam dewan direksi pada perusahaan. Dari berbagai faktor tersebut, profitabilitas perusahaan, kepemilikan asing, dan keberadaan wanita dalam dewan direksi dipilih sebagai objek penelitian ini.

Profitabilitas perusahaan (*corporate's profitability*) menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungannya. Tingginya tingkat profitabilitasnya mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang lebih tinggi. Perusahaan yang dapat menghasilkan laba yang tinggi, cenderung meningkatkan dan mengungkapkan secara lebih luas tanggung jawab sosialnya (Kamil dan Herusetya, 2012). Berdasarkan hal tersebut, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat memberikan dana sebagai bentuk filantropinya dengan jumlah yang lebih besar. Seperti pada contoh dimana Astra International, Tbk. yang memiliki profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan Bank Central Asia, Tbk., masing-masing 8% dan 4% pada tahun 2018 lalu, memberikan kontribusinya melalui kegiatan filantropi, baik dalam bentuk pemberian secara langsung terhadap permasalahan sosial maupun secara berkelanjutan dalam berbagai bidang dengan jumlah yang lebih tinggi.

Pengaruh profitabilitas terhadap filantropi perusahaan pun terlihat dari penelitian Zheng dan Chen (2017) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas

perusahaan berpengaruh positif terhadap perilaku filantropi perusahaan di Tiongkok. Penelitian lainnya oleh Chen dan Lin (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap perilaku filantropi industri perhotelan Taiwan namun hanya sampai titik tertentu, ketika melewati titik tersebut, pengaruh profitabilitas perusahaan menjadi negatif terhadap filantropi perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai filantropi perusahaan adalah kepemilikan asing (*foreign ownership*). Kepemilikan asing merupakan proporsi kepemilikan saham perusahaan oleh pihak asing baik individu maupun lembaga. Di negara berkembang, pengungkapan tanggung jawab sosial cenderung dipengaruhi dari kekuatan eksternal seperti pembeli internasional, investor asing, media internasional, dan badan regulator internasional, sedangkan pihak internal tidak menekan pengungkapan tersebut (Ali, Frynas, dan Mamood, 2017). Di Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang, belum ada peraturan yang mengatur keseragaman istilah yang digunakan dalam mengungkapkan berbagai bentuk program tanggung jawab sosial, selain itu belum adanya indikator yang jelas terkait bentuk-bentuk kegiatan tanggung jawab sosial mengakibatkan banyaknya perusahaan yang melaksanakan program tanggung jawab sosial, termasuk diantaranya program filantropi, secara tidak tepat dan belum menjadi prioritas perusahaan (Sefriani dan Wartini, 2017).

Dengan adanya kepemilikan asing, perusahaan memiliki tekanan dari investor asing untuk lebih memprioritaskan program tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan, seperti program filantropi yang secara langsung memberikan dampak

bagi masyarakat karena investor asing akan menggunakan indikator atau prinsip yang telah diatur di negara asalnya atau indikator yang berlaku secara global. Seperti pada contoh dimana Astra International, Tbk. dengan kepemilikan asing yang lebih tinggi dari Bank Central Asia, Tbk., masing-masing 88,56% dan 34,5%, menunjukkan prioritas perusahaan untuk menjalankan filantropinya dengan jumlah kontribusi yang lebih tinggi. Pengaruh kepemilikan asing terhadap filantropi perusahaan pun dapat dilihat dari penelitian Nam, Ko, dan Jeong (2018) yang mengungkapkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap filantropi perusahaan, namun pengaruh tersebut melemah ketika jumlah kontribusi yang diberikan meningkat. Serta penelitian lainnya oleh Song, Gianodis, dan Li (2016) dengan hasil yang berbeda dimana kepemilikan institusional asing memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap filantropi perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi filantropi perusahaan selanjutnya adalah keberadaan wanita dalam dewan direksi (*women on board of director*) yang diukur berdasarkan proporsi jumlah wanita dalam jajaran dewan direksi perusahaan. Penelitian filantropi saat ini mendapatkan dorongan yang berkembang ke arah operasi bisnis yang bertanggung jawab secara sosial telah menyoroti peran kepemimpinan dalam perusahaan sebagai pembuat kebijakan terkait hal tersebut. Terdapatnya keberadaan wanita dalam posisi kepemimpinan menunjukkan bahwa tidak hanya pria namun wanita juga dapat berpartisipasi penuh dan mendapatkan kesempatan yang sama dalam pengambilan keputusan (Badan Pusat Statistik, 2016).

Pada tahun 2016, pemerintah Indonesia bersama dengan pemerintah Australia memperkenalkan program filantropi MAMPU (Maju Perempuan Indonesia untuk Penanggulangan Kemiskinan), dimana program tersebut memiliki fokus salah satunya meningkatkan dan memperkuat kepemimpinan wanita untuk mempengaruhi kebijakan-kebijakan dalam membantu sesama wanita (Kemitraan Australia-Indonesia, 2016). Keberagaman dewan direksi terkait *gender* dapat mempengaruhi perilaku perusahaan terutama terkait keterlibatan sosial dan masyarakat dengan karakteristik khas yang dimiliki wanita dalam memberi berdasarkan hati dan keinginan untuk membantu orang lain (Cha dan Abebe, 2015). Seperti pada PT Astra International, Tbk. dan Bank Central Asia, Tbk., yang memiliki masing-masing dua dan tiga wanita dalam jajaran dewan sebagai bentuk keberadaan wanita dalam dewan direksi, memberikan perhatian lebih melalui filantropi perusahaan untuk membantu sesama yang membutuhkan seperti korban bencana alam dan pelajar yang ingin melanjutkan sekolahnya.

Pengaruh keberadaan wanita dalam dewan direksi terhadap filantropi pun ditunjukkan dari penelitian Wu, *et al.* (2018) yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan dari keberadaan eksekutif wanita terhadap perilaku filantropi perusahaan dan proporsi eksekutif wanita terhadap skala filantropi perusahaan. Penelitian lainnya oleh Cha dan Abebe (2015) juga memperoleh hasil positif signifikan antara jumlah wanita dalam dewan direksi dengan filantropi perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Bond, Harrigan, dan Slaughter (2014) menunjukkan jumlah wanita dalam dewan berpengaruh negatif terhadap kontribusi filantropi perusahaan.

Penelitian ini akan berkontribusi terhadap literatur, dimana sejauh pengetahuan penulis, masih sedikitnya penelitian terhadap nilai filantropi perusahaan yang dijalankan oleh perusahaan di Indonesia serta terdapat perbedaan hasil pada penelitian sebelumnya terkait faktor profitabilitas perusahaan, kepemilikan asing, dan keberadaan wanita dalam dewan direksi. Berdasarkan paparan latar belakang di atas maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Asing dan Keberadaan wanita dalam Dewan Direksi terhadap Nilai Filantropi Perusahaan”** pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 – 2018.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat terlihat bahwa komitmen perusahaan untuk menjalankan filantropi menjadi satu masalah yang menarik untuk diteliti. Meningkatnya perhatian terkait filantropi yang dijalankan perusahaan dapat mempengaruhi keberlanjutan perusahaan dimana perusahaan membutuhkan legitimasi dari *stakeholder*, salah satunya masyarakat untuk mewujudkan hal tersebut. Namun beberapa perusahaan di Indonesia belum mengungkapkan kegiatan filantropinya secara detail termasuk terkait nilai yang diberikan oleh perusahaan untuk kegiatan tersebut. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya peraturan mengenai standar pengungkapan dan penentuan nilai filantropi perusahaan yang dapat dijadikan acuan. Padahal nilai filantropi yang diberikan perusahaan tersebut dapat meningkatkan reputasi perusahaan dengan mencerminkan keseriusan perusahaan dalam memberikan kontribusinya terhadap permasalahan sosial.

Rumusan masalah dalam penelitian ini dibentuk berdasarkan *research gap* dimana masih sedikitnya penelitian di Indonesia mengenai faktor yang dapat mempengaruhi nilai filantropi perusahaan di Indonesia, seperti profitabilitas perusahaan, kepemilikan asing, dan keberadaan wanita dalam dewan direksi serta masih terdapat perbedaan hasil pengaruh profitabilitas, kepemilikan asing, dan keberadaan wanita dalam dewan direksi terhadap filantropi perusahaan pada penelitian sebelumnya.

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, maka dibentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas perusahaan memberikan pengaruh terhadap filantropi perusahaan?
2. Apakah kepemilikan asing memberikan pengaruh terhadap filantropi perusahaan?
3. Apakah keberadaan wanita dalam dewan direksi memberikan pengaruh terhadap filantropi perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Menguji pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap filantropi perusahaan.
2. Menguji pengaruh kepemilikan asing terhadap filantropi perusahaan.
3. Menguji pengaruh keberadaan wanita dalam dewan direksi terhadap filantropi perusahaan.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas perusahaan, kepemilikan asing, dan keberadaan wanita dalam dewan direksi terhadap filantropi perusahaan di Indonesia, sehingga dapat menambah literatur mengenai filantropi perusahaan dan menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan terkait filantropi perusahaan dan meningkatkan pengungkapannya dalam laporan perusahaan.

b. Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan dengan mempertimbangkan aktivitas sosial terkait filantropi perusahaan.

c. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terkait faktor yang mempengaruhi kebijakan perusahaan dalam menjalankan filantropi perusahaan sebagai bahan referensi dan mendorong penelitian selanjutnya yang lebih baik.