

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

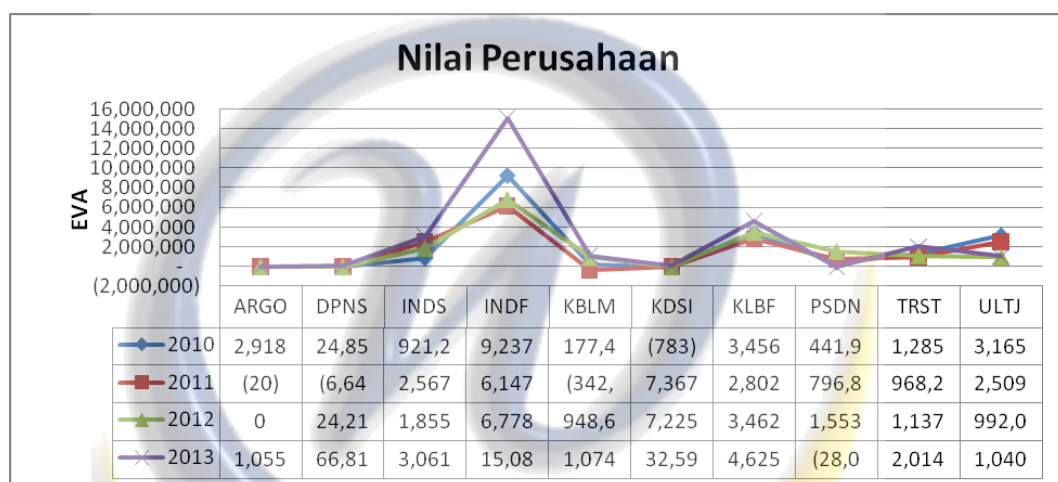
Perusahaan manufaktur di Indonesia dalam era globalisasi berusaha untuk memproduksi barang yang berkualitas tinggi dengan biaya rendah dalam rangka meningkatkan daya saing baik dipasar domestik maupun pasar global. Situasi ini mendorong perusahaan untuk mengadaptasikan sistem manufaktur yang dapat mempercepat proses penciptaan nilai tambah, antara lain dengan melakukan hubungan kontraktual dengan para pemasok dan investor.

Perusahaan manufaktur merupakan industri yang dalam kegiatannya mengandalkan modal dari investor. Sebelum seorang investor memutuskan akan menginvestasikan dananya di pasar modal, ada kegiatan penting yang perlu untuk dilakukan, yaitu penilaian dengan cermat terhadap emiten. Oleh karena itu, perusahaan manufaktur harus dapat memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya.

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Salah satu teknik untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan *Economic Value Added (EVA)*. EVA merupakan konsep dari biaya modal, yakni risiko yang dihadapi perusahaan dalam melakukan investasinya. Semakin tinggi

tingkat risiko investasi, semakin tinggi pula tingkat pengembalian yang dituntut oleh investor.

Gambar 1.1 di bawah ini merupakan grafik perhitungan nilai perusahaan dengan menggunakan EVA terhadap beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010 sampai dengan tahun 2013.



(Sumber : <http://www.duniainvestasi.co.id>)

Gambar 1.1
Grafik EVA Perusahaan Manufaktur Periode 2010-2013

Gambar 1.1 menunjukkan nilai perusahaan yang dihitung menggunakan EVA. Perhitungan dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013 menunjukkan perubahan yang bervariasi dan perubahan tiap tahun menunjukkan gejala yang sama di semua perusahaan.

Faktor keuangan pada umumnya merupakan faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan (Mulianti, 2010). Namun, faktor non keuangan juga sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang berdampak terhadap nilai perusahaan di mata investor. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu

faktor non keuangan yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan, dapat meningkatkan citra perusahaan.

Perkembangan CSR secara konseptual baru di kemas sejak tahun 1980-an yang dipicu sedikitnya oleh 5 hal berikut: (1). Maraknya fenomena “*take over*” antar korporasi yang kerap dipicu oleh keterampilan rekayasa finansial. (2). Runtuhnya tembok Berlin yang merupakan simbol tumbangannya paham komunis dan semakin kokohnya imperium kapitalisme secara global. (3) Meluasnya operasi perusahaan multinasional di negara-negara berkembang, sehingga diuntut supaya memperhatikan: HAM, kondisi sosial dan perlakuan yang adil terhadap buruh. (4) Globalisasi dan menciutnya peran sektor publik (pemerintah) hampir di seluruh dunia telah menyebabkan tumbuhnya LSM (termasuk asosiasi profesi) yang memusatkan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kekuatiran akan punahnya berbagai spesies baik hewan maupun tumbuhan sehingga ekosistem semakin labil. (5) Adanya kesadaran dari perusahaan akan arti penting merk dan reputasi perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan.

Corporate Social Responsibility merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan *multinational*. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia

dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.

Di Indonesia wacana mengenai CSR mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR. Sebagai contoh, *New York Stock Exchange* memiliki *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) bagi saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai corporate sustainability dengan salah satu kriterianya adalah praktik CSR. Begitu pula *London Stock Exchange* yang memiliki *Socially Responsible Investment* (SRI) *Index* dan *Financial Times Stock Exchange* (FTSE) yang memiliki FTSE4Good sejak 2001.

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* (Mulianti,2010). Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan

terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Penelitian mengenai CSR dan nilai perusahaan telah banyak dilakukan namun menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian empiris awal dilakukan Alexander dan Buchloz (1978) yang tidak menemukan adanya pengaruh antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) juga tidak menemukan adanya pengaruh *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Penelitian Suratno et al. (2006) menemukan hasil yang berbeda yaitu kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan penelitian Harjoto dan Jo (2007) yang menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi positif oleh pengungkapan *corporate social responsibility*.

Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate social responsibility*. Tetapi *Good Corporate Governance* juga merupakan faktor non keuangan lainnya yang saat ini banyak dipertimbangkan oleh investor dalam menilai suatu perusahaan (Sari dan Riduan, 2011). Pelaksanaan *Good Corporate Governance* yang baik dan sesuai dengan peraturan yang berlaku akan membuat investor merespon secara positif terhadap kinerja perusahaan dan meningkatkan nilai pasar perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012).

Konsep dari *good corporate governance* dilatar belakangi oleh masalah pemisahan antara kepemilikan dengan pengelolaan didalam perusahaan, yang

selanjutnya dimodelkan dengan *agency theory* (Mulianti, 2010). Dalam mekanisme *good corporate governance*, pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan merupakan upaya yang sangat penting untuk mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik.

Penerapan prinsip *good corporate governance* secara konkret memiliki beberapa tujuan, antara lain memudahkan akses terhadap investasi domestik maupun asing, mendapatkan *cost of capital* yang lebih murah, memberikan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan, meningkatkan keyakinan dan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan, melindungi direksi dan komisaris dari tuntutan hukum serta melindungi hak pemegang saham minoritas (Rustiarini, 2010).

Adapun yang berkepentingan terhadap terciptanya *good corporate governance* tidak hanya pemegang saham, tapi juga pemerintah, dan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap masalah ini. Bagi pemegang saham dan investor, *good governance* memberikan jaminan bahwa mereka akan memperoleh *returns* yang memadai atas dana yang ditanamkan ke perusahaan; bagi *authority bodies*, *good governance* akan meningkatkan efisiensi dan kredibilitas pasar modal sebagai salah satu alternatif investasi, yang pada gilirannya akan turut menentukan alokasi dana masyarakat ke kegiatan ekonomi (bisnis) yang produktif (Riyanto, 2005).

Agar penyelenggaraan *corporate governance* dapat berjalan dengan baik, pemerintah telah mengeluarkan beberapa peraturan, antara lain Bapepam dengan Surat Edaran No. SE-03/PM/2000 mensyaratkan bahwa setiap perusahaan publik di Indonesia wajib membentuk komite audit dengan anggota minimal 3 orang

yang diketuai oleh satu orang komisaris independen perusahaan dengan dua orang eksternal yang independen terhadap perusahaan serta menguasai dan memiliki latar belakang akuntansi dan keuangan (Wulandari, 2006). Dengan dibuatnya pedoman tersebut, maka diharapkan akan dapat mendorong terciptanya good corporate governance bagi perusahaan. Tujuh komponen CGPI adalah: 1) komitmen terhadap corporate governance, 2) hak pemegang saham, 3) tata kelola dewan komisaris, 4) komite-komite fungsional (yang membantu tata kelola dewan komisaris), 5) direksi, 6) transparansi, 7) hubungan dengan stakeholders (Darmawati dkk, 2004).

Setiap tahunnya, IICG melakukan survey kepada perusahaan-perusahaan untuk mengukur tingkat penerapan *corporate governance* dan memberi peringkat kepada perusahaan-perusahaan menjadi CGPI (*Corporate Governance Perception Index*). Pada tahun 2006, tema yang diusung oleh CGPI adalah “GCG sebagai sebuah sistem” dengan enam dimensi good corporate governance yang menjadi dasar penilaian CGPI, antara lain komitmen terhadap tata kelola perusahaan, hak pemegang saham dan fungsi kepemilikan kunci, perlakuan yang setara terhadap seluruh pemegang saham, peran stakeholders dalam *good corporate governance*, pengungkapan dan transparansi, serta tanggung jawab dewan komisaris dan dewan direksi. Sedangkan pada tahun 2007 dengan tema “Menyempurnakan GCG sebagai sebuah sistem” menggunakan 10 aspek penilaian yaitu komitmen, transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, *fairness*, kompetensi (*skill*), misi (*hare value*), kepemimpinan (*style*), dan kolaborasi (*staff*).

Beberapa peneliti menemukan tidak ada hubungan antara *corporate governance* dan nilai perusahaan seperti pada penelitian Che Haat, et al (2008) yang meneliti *Corporate Governance, Transparency and Performance of Malaysian Companies*, menyimpulkan independensi dewan komisaris, *cross-directorship* dewan, kepemilikan manajerial tidak signifikan dan berhubungan negatif terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan beberapa penelitian menemukan hubungan positif antara mekanisme *corporate governance* dan nilai perusahaan, seperti pada penelitian Suranta dan Machfoedz (2003) yang meneliti Analisis Struktur Kepemilikan, Nilai Perusahaan, Investasi dan Ukuran Dewan Direksi, menemukan nilai perusahaan dipengaruhi positif signifikan oleh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan direksi. Penelitian ini didukung oleh Lastanti (2004) yang meneliti Hubungan Struktur *Corporate Governance* Dengan Kinerja Perusahaan dan Reaksi Pasar, menemukan independensi dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian diperkuat oleh penelitian Siallagan dan Machfoedz (2006) yang meneliti Mekanisme *Corporate Governance*, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan, menemukan dewan komisaris dan komite audit secara positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* yang dihitung menggunakan *CSR Index* dan *good corporate governance* yang diprosiskan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen dan komite audit terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan oleh *Economic Value Added*. Karena terdapat beberapa

variasi mekanisme *good corporate governance* yang digunakan dalam penelitian, maka penelitian ini menggunakan beberapa proksi yang digunakan dalam penelitian sebelumnya untuk memperoleh mekanisme *good corporate governance* yang lebih lengkap. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010-2013.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini diberi judul: **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2010-2013)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yaitu berfluktuasinya nilai perusahaan. maka dapat dirumuskan dalam pertanyaan penelitian, yaitu:

- 1) Apakah terdapat pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit terhadap Nilai Perusahaan?
- 2) Apakah terdapat pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
- 3) Apakah terdapat pengaruh antara *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang memadai, sebagai bahan analisis yang berguna untuk mengetahui Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris tentang: Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013 dan Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi:

- 1) Bagi pihak manajemen perusahaan, hasil penelitian ini sebagai bahan acuan perusahaan untuk melaksanakan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* serta melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

- 2) Bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk kajian akademik tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.
- 3) Bagi peneliti, dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam penelitian tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

