BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Hal ini didukung dengan semakin tingginya daya saing sebuah perusahaan dalam memikat investor untuk berinvestasi. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi pada sebuah perusahaan (Priyatna dan Imam, 2013). Nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan baik di mata investor tidak hanya sekarang tetapi juga menjadi prospek perusahaan di masa depan.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, tidak hanya faktor keuangan sebagai kunci utama yang mempengaruhi nilai perusahaan tetapi juga faktor non keuangan. Selain dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance* juga merupakan faktor non keuangan lainnya yang saat ini banyak dipertimbangkan oleh investor dalam menilai suatu perusahaan (Sari dan Riduan, 2011 dalam Priyatna dan Imam, 2012).

Corporate Sosial Responsibility (CSR) adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuntungan saja, tetapi juga

terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Sari (2012) dalam Gusti (2013) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada kemasyarakatan. Perkembangan CSR terkait semakin banyaknya masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Sebagai contoh kasus besar yang sempat *booming* pada tahun 2006 silam yaitu saat meluapnya lumpur karena kelalaian PT. Lapindo yang mengakibatkan 39.947 orang penduduk dari 20.237 keluarga di dua belas desa di Kecamatan Tanggulangin, Jabon dan Porong terusir dari kampungnya. Sehingga mengharuskan PT. Lapindo bertanggung jawab atas kerugian warga baik berupa penggantian pemukiman rumah penduduk yang bernilai triliunan rupiah, lapangan pekerjaan, pendidikan serta kesehatan yang lenyap oleh meluapnya lumpur (http://epaper.korantempo.com dalam Vesy dan Riadi, 2012).

Selain itu banyak kasus yang menjerat perusahaan besar lainnya sebagai akibat kurang pekanya perusahaan terhadap lingkungan sehingga menurunkan citra perusahaan tersebut di mata publik. Hal ini menjadi indikasi orientasi pimpinan puncak korporasi hanya berpusat kepada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktifitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi saja, sementara *corporate social responsibility* hanya sekedar kosmetik semata. Padahal menurut Daniri (2008) dalam Roza (2011) *corporate social responsibility* tidak hanya sebagai bentuk amal (*charity*) saja tetapi juga sudah seyogyanya merupakan kebijakan strategis dengan tujuan jangka panjang dan dilaksanakan secara berkesinambungan. Oleh karena itu, terutama

perusahaan yang aktivitasnya terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan CSR, hal itu termuat dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Utama, 2007 dalam Gusti *et al.*, 2013).

Corporate social responsibility akan menghasilkan dampak positif terhadap reputasi perusahaan dan legitimasi dalam menjalankan bisnis mereka jika dijalankan dengan penuh pertimbangan. Namun realitanya banyak perusahaan yang belum memahami secara keseluruhan konsep daripada CSR tersebut. Sehingga banyak terjadi kekeliruan dan kesalahpahaman dalam prakteknya. Misalnya saja masih banyak kasus perusahaan yang melakukan CSR dengan memberikan amal dan kegiatan sembrono yang menciptakan lingkungan bisnis yang tidak sehat dan masyarakat lokal menjadi tergantung pada perusahaan. Karena minimnya pemahaman mengenai CSR banyak komunitas lokal mengharapkan perusahaan untuk meningkatkan standar hidup mereka, karena dianggap sebagai kewajiban pemerintah (Roza, 2011).

Roza (2011) menambahkan bahwa sekarang ini semakin banyak perusahaan yang tidak menyalurkan CSR-nya kepada masyarakat atau organisasi sosial maupun masyarakat kalangan bawah karena tidak mampu meningkatkan keberdayaan atau kapasitas masyarakat lokal. Pendekatan *community development* kemudian semakin banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep *empowerment* dan *sustainable development*.

Secara teoritis, semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang

ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan.Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Ghoul *et al*., 2011 dalam Ervina *et. al*, 2013: 725).

Corporate Governance pertama kali diperkenalkan oleh Cadbury Committe tahun 1992 dengan definisi "*A set a rules that define the relationship between shareholder, manager, creditor, government, employee and other internal and external stakeholder in respect to the right and responsibility.*" (Djanegara, 2008). Jadi, *Good Corporate Governance* (Tata Kelola yang Baik) adalah seperangkat aturan yang digunakan untuk mengatur hubungan pihak internal dan eksternal perusahaan agar dapat berjalan baik dan selaras sesuai dengan yang seharusnya demi mencapai tujuan umum perusahaan. OECD (2003) dalam Zarkasyi (2008) mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai struktur yang oleh *stakeholder*, pemegang saham, komisaris dan manajer menyusun tujuan perusahaan dan sarana untuk mencapai tujuan tersebut dan mengawasi kinerja (Faradillah, 2011).

Konsep GCG berkembang seiring dengan banyaknya muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham yang disebut *agency problem* disebabkan adanya kepentingan dan tujuan yang tidak sejalan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Biasanya terjadi saat manajer berlomba mengedepankan kepentingan pribadi sementara pemegang saham tidak menyukai kepentingan para manajer tersebut karena hanya akan menambah biaya perusahaan sehingga keuntungan perusahaan

menurun dan berpengaruh terhadap nilai saham yang berakibat pada penurunan nilai saham (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Wien Ika Permanasari, 2010 dalam Reny dan Denies: 2012).

Di Indonesia, Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance* menyusun pedoman GCG untuk memudahkan para pelaku bisnis dalam menata dan mengarahkan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha. GCG diyakini memiliki banyak manfaat jika diterapkan secara konsisten. Manfaat penerapan GCG antara lain adalah membuat kinerja perusahaan terus membaik, harga saham dan citra perusahaan terus terdongkrak, kredibilitas perusahaan pun terus ikut naik melampaui batas-batas negara, baik di mata investor, mitra atau kreditor dan *stakeholders* lainnya. Meskipun demikian, pada prakteknya penerapan GCG di Indonesia masih belum merata (Fajar: 2013).

Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG, 2011 dalam Suklimah, 2011) terdapat lima asas dalam *good corporate governance*, seperti *fairness, transparency, accountability, responsibility,* dan *independency*. Kemudian menurut Roza (2011) keempat asas selain *independency* menjadi pijakan untuk mengukur keberhasilan program CSR. Dengan adanya mekanisme *good corporate governance* akan dapat mengurangi asimetri informasi dalam mendukung pengungkapan CSR.

Corporate social responsibility dan *good corporate governance* diibaratkan sebagai dua sisi mata uang yang saling berkaitan satu sama lain dalam dunia bisnis. CSR berorientasi kepada *stakeholders* yang sejalan dengan salah satu prinsip utama GCG yaitu *responsibility*. Masalah etika bisnis dan akuntabilitas dengan gagalnya sistem "*self-regulation*" di negara maju menuntut

adanya sistem baru yang kemudian dikenal dengan GCG. Aspek-aspek yang meliputi sosial dan lingkungan (CSR), etika digambarkan dengan GCG, dan ekonomi dalam hal ini berupa nilai perusahaan yang dijadikan sebagai cara pengkomunikasian bentuk akuntabilitas kepada para *stakeholders* dalam bentuk *sustainability reporting* seperti yang direkomendasikan oleh *Global Reporting Initiative*. Laporan ini diharapkan dapat menggambarkan hubungan positif antara aspek-aspek tersebut.

Jakarta Islamic Index (JII) dipilih sebagai objek penelitian karena dewasa ini perkembangan investasi saham syariah yang semakin menjanjikan serta adanya keunikan-keunikan yang dimiliki oleh saham-saham yang terdaftar di JII. Untuk bisa terdaftar di JII, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi suatu saham apakah berbasis syariah atau tidak dengan melihat sektor usaha serta sisi permodalan perusahaan yang dimaksud. Basis syariah yang digunakan sebagai kriteria pemilihan perusahaan di JII mengindikasikan bahwa perusahaan menerapkan GCG dengan *high standard* sehingga menjadi suatu ketertarikan untuk diteliti lebih lanjut.

Penelitian terdahulu diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Cyrus dan Oyenje (2013) juga penelitian Reny dan Denies (2012) menunjukan adanya pengaruh positif signifikan CSR terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) dalam Roza (2011) tidak menemukan adanya pengaruh *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Selain itu Pengujian empiris atas pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan (NP), penelitian Black *et al.* (2008), Wardani (2008) dan Pranata (2007) dalam Siklimah (2011) menunjukkan terdapat pengaruh antara GCG (dengan proksi CGPI) terhadap nilai perusahaan. Sedangkan

yang menunjukkan hasil sebaliknya adalah hasil penelitian Nuswandari (2006) dalam Suklimah (2011). Penelitian Rustiarini (2010) dalam Roza (2011) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang tidak konsisten mengenai adanya pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan melatarbelakangi penelitian ini dalam rangka menguatkan atau melemahkan penelitian terdahulu.

Pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* di Indonesia bukan lagi pengungkapan yang bersifat sukarela, tetapi sudah menjadi kewajiban karena sudah ada dasar hukumnya. Namun hukum yang ada belum disertai dengan standar yang baku untuk semua perusahaan yang ada di Indonesia karena itu masih sering terjadi salah tafsir terhadap pelaksanaan *corporate social responsibility*. *Good corporate governance* didalam pengungkapan oleh perusahaan juga masih belum ada standar yang baik, karena itu tingkat pengungkapan *good corporate governance* perusahaan di Indonesia masih rendah serta banyaknya perbedaan-perbedaan penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis ingin mengetahui mendalam mengenai variabel-variabel yang bersangkutan sehingga mengangkat judul "**Analisis Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di *Jakarta Islamic Index* (JII) Tahun 2011-2013 "**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Pengetahuan mengenai *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan belum menyeluruh hal ini terlihat banyaknya kasus akibat kelalaian perusahaan dalam menjalankan operasinya.
2. Di Indonesia penerapan *Good Corporate Governance* belum merata sehingga banyak bermunculan konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham.
3. Perusahaan kebanyakan hanya memperhatikan faktor keuangan saja dalam menilai perusahaan.
4. Perusahaan belum menyadari manfaat pentingnya pengungkapan CSR.
5. Perusahaan belum mengetahui manfaat penerapan GCG.
6. Masih banyak perusahaan yang tidak mengetahui pentingnya pengungkapan CSR dan GCG terhadap peningkatan nilai perusahaan.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di JII ?
2. Bagaimana penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) pada perusahaan yang terdaftar di JII?
3. Bagaimana kondisi nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII?
4. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan?

5. Seberapa besar pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan?
6. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* Tahun 2010-2013.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di JII.
2. Untuk mengetahui penerapan GCG pada perusahaan yang terdaftar di JII.
3. Untuk mengetahui nilai perusahaan yang terdaftar di JII.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini dilakukan oleh penulis dalam rangka menanamkan rasa ketertarikan melakukan penelitian sebagai upaya mempelajari dan membandingkan teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan dengan

prakteknya terutama mengenai unsur *Corporate Social Resbonsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai indikasi mengukur nilai perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*. Selain itu, penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi ilmiah pada bidang yang bersangkutan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1 Bagi manajemen perusahaan, penelitian ini berguna sebagai alat untuk mengetahui kemajuan dan kinerja perusahaan melalui nilai perusahaan dan gambaran *Corporate Governance* perusahaan yang bersangkutan.

2 Bagi perusahaan sejenis, dapat menjadi referensi pemikiran akan pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

3 Bagi investor, sebagai alat untuk membantu pengambilan keputusan dalam berinvestasi dengan melihat aspek *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Corporate Gocernance* sehingga memiliki keputusan yang tepat dalam berinvestasi.

4 Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas berbagai perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan

kesadaran akan hak-hak yang harus diperoleh dari barang dan jasa yang mereka gunakan. (Silvia, 2012)

5 Sebagai salah satu syarat wajib untuk meraih gelar kesarjanaan (S-1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia. (Rani, 2013)

1.4.2 Kegunaan Akademis

Adapun kegunaan akademis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

   Diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Corporate Governance* terutama sebagai aplikasi mata kuliah Akuntansi Sektor Publik, dan Etika Bisnis. Media SPSS sebagai pengolah data menjadi aplikasi mata kuliah computer aplikasi SPSS dan statistik.

2. Bagi pihak lain

   Menjadi tambahan referensi sebagai penambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian. (Rani, 2013)

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Berdasarkan maksud dan tujuan dari penelitian yang penulis kemukakan diatas, lokasi dan waktu kerja praktek diuraikan sebagai berikut :

1.5.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian melalui data sekunder dari website BEI yaitu www.idx.co.id atas perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*.

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.1

Jadwal Kegiatan Penelitian

Tahap	Keterangan	Bulan (2014)																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus-September			
I	**Tahap Persiapan :**																								
	Pengajuan judul skripsi																								
	Pemeriksaan Judul																								
	ACC Judul																								
II	**Tahap Pelaksanaan :**																								
	Bimbingan																								
	Pengumpulan Data																								
	Analisis																								
	Menulis Draft Skripsi																								
III	**Tahap Pelaporan:**																								
	Menyiapkan draft skripsi																								
	Sidang akhir skripsi																								
	Penyempurnaan Skripsi																								
	Penggandaan skripsi																								