

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian suatu perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. (Martono dan Agus Harjito, 2005: 2 dalam Rika Susanti, 2010: 16).

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Investor akan berani untuk membeli saham dengan harga yang tinggi terhadap perusahaan yang dinilai tinggi. Menurut Jansen, 2001 dalam Rawi dan Munawir, 2010: 2) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (tidak hanya nilai ekuitas, tetapi juga semua klaim keuangan seperti utang, *warrant*, maupun saham preferen) manajer dituntut untuk membuat keputusan yang memperhitungkan

kepentingan semua *stakeholder*, sehingga manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan kemampuan mencapai tujuan atau mampu mengimplementasikan strategi untuk mencapai tujuan.

Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Tendi Haruman, 2008 dalam Wien Ika Permanasari, 2010: 1). Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency problem*. Tidak jarang pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*, hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Wien Ika Permanasari, 2010: 1).

Dalam memasuki zaman yang serba bebas dengan sistem ekonomi yang bebas dan terbuka dibutuhkan pengelolaan perusahaan yang lebih kompleks, yang berimplikasi pada meningkatnya kebutuhan praktik tata kelola usaha yang baik (*Good Corporate Governance*) untuk memastikan bahwa manajemen berjalan

dengan baik. Perusahaan yang dikelola dengan baik akan menumbuhkan keyakinan pihak-pihak eksternal dan memperoleh kepercayaan dari pasar. Prinsip-prinsip dalam *corporate governance* juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan pemakai laporan keuangan, termasuk investor. Kepercayaan yang diperoleh dari pasar diharapkan dapat memaksimalkan tingkat kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham, menentukan besarnya balas jasa, menentukan harga saham, serta menilai kinerja perusahaan untuk memprediksi keadaan perusahaan di masa yang akan datang bagi para pemegang saham maupun calon pemegang saham.

Untuk berhasil di pasar bersaing, suatu perusahaan harus mempunyai pengelola perusahaan yang inovatif, yang bersedia untuk mengambil resiko yang wajar, dan yang senantiasa mengembangkan strategi baru untuk mengantisipasi situasi yang berubah-ubah. Hal ini menurut manajemen sebagai pengurus perusahaan mempunyai ruang gerak untuk bertindak bebas dan di dorong untuk bertindak untuk kepentingan investor atau penanam modal. Contoh, baru baru ini Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) memberikan sanksi kepada tiga perusahaan yang terdaftar di Bursa. Salah satu diantaranya terbukti melaksanakan transaksi pinjaman senilai Rp 10 milyar kepada 64% pemegang sahamnya tanpa persetujuan dari pemegang saham lainnya. Hal ini dianggap melanggar ketentuan BAPEPAM mengenai benturan kepentingan (Bisnis Indonesia, “Bapepam kenakan sanksi 3 emiten dan 4 sekuritas”. www.bisnis.com). Ketentuan-ketentuan dan prosedur diperlukan untuk menjaga kepentingan penanam modal dimana termasuk di dalamnya:”pengelolaan pengawasan yang independen, transparansi

atas kinerja perusahaan, kepemilikan, dan pengendalian; dan partisipasi dalam keputusan yang fundamental oleh para pemegang saham” dengan perkataan lain harus dipatuhinya ‘*Corporate Governance*’.” (Egon Zehnder International, 2000: hal 12-13 dalam FCGI Booklet, Jilid II: 2)

Corporate governance FCGI dalam publikasi yang pertamanya mempergunakan definisi *Cadbury Committee*, yaitu: "seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan." Disamping itu FCGI juga menjelaskan, bahwa tujuan dari *Corporate Governance* adalah "untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).” Secara lebih rinci, terminologi *Corporate Governance* dapat dipergunakan untuk menjelaskan peranan dan perilaku dari Dewan Direksi, Dewan Komisaris, pengurus (pengelola) perusahaan, dan para pemegang saham (FCGI Booklet, Jilid II: 1)

Menurut BPKP, latar belakang kebutuhan atas *good corporate governance* (GCG) dapat dilihat dari latar belakang praktis dan latar belakang akademis. Dari latar belakang praktis, dapat dilihat dari pengalaman Amerika Serikat yang harus melakukan restrukturisasi *corporate governance* sebagai akibat *market crash* pada tahun 1929. *Corporate governance* yang buruk disinyalir sebagai salah satu sebab terjadinya krisis ekonomi politik Indonesia yang dimulai tahun 1997 yang efeknya masih terasa hingga saat ini.

Krisis keuangan yang terjadi di Amerika Serikat pada saat ini juga ditengarai karena tidak diterapkannya prinsip-prinsip GCG, beberapa kasus skandal keuangan seperti Enron Corp, Worldcom, Xerox dan lainnya melibatkan *top* eksekutif perusahaan tersebut menggambarkan tidak diterapkannya prinsip-prinsip GCG. Dari latar belakang akademis, kebutuhan *good corporate governance* timbul berkaitan dengan *principal-agency theory*, yaitu untuk menghindari konflik antara *principal* dan agennya. Konflik muncul karena perbedaan kepentingan tersebut haruslah dikelola sehingga tidak menimbulkan kerugian pada para pihak. Korporasi yang dibentuk dan merupakan suatu entitas tersendiri yang terpisah merupakan subyek hukum, sehingga keberadaan korporasi dan para pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) tersebut haruslah dilindungi melalui penerapan GCG.

Semakin hari kompleksitas kegiatan di dunia bisnis semakin tinggi, yang berarti potensi resiko dan tantangan juga berpotensi meningkat. Oleh karena itu penerapan prinsip-prinsip GCG sangat diperlukan agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan. Implementasi dari GCG diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan. GCG diharapkan mampu mengusahakan keseimbangan antara berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan secara menyeluruh.

Penerapan GCG juga bermanfaat untuk mengurangi *agency cost*, yaitu biaya yang harus ditanggung pemegang saham akibat pendelegasian wewenangnya kepada manajemen; menurunkan *cost of capital* sebagai dampak dikelolanya perusahaan secara sehat dan bertanggung jawab, dan meningkatkan

nilai saham perusahaan, serta menciptakan dukungan *stakeholders* terhadap perusahaan (*license to operate*). Seperti yang telah dirasakan oleh PT Krakatau Stell (Persero) jika aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem yang dilakukan di lingkungan Krakatau Stell telah memberikan beberapa manfaat diantaranya : (1) produktivitas dan efisiensi usaha akan meningkat dan iklim usaha lebih kondusif; (2) hubungan baik dengan *stakeholders* terjaga secara seimbang dan saling menguntungkan serta terdorong untuk bersama-sama mengaktualisasikan GCG; (3) keterbukaan dalam mengungkapkan dan mengkomunikasikan kebijakan dan keputusan bisnis secara relevan; (4) kesempatan yang sama bagi setiap karyawan untuk karir dan penilaian kinerja karyawan yang adil; (5) serta terjaganya hubungan harmonis antara atasan dan bawahan (CGPI, 2008: 4-5).

Good corporate governance tampaknya sudah tak asing lagi bagi para pemain industri pasar modal dan keuangan, termasuk para analis dan investor. Sebagai *stakeholder* perusahaan publik, mereka berkepentingan dengan penerapan GCG. Bagi mereka, kemudahan akses untuk mendapatkan informasi yang benar dan transparan akan memudahkan dalam menganalisis layak-tidaknya sebuah saham dibeli. Idealnya, dengan tata kelola perusahaan yang baik, manajemen perusahaan yang bersangkutan juga baik. Pasalnya, dengan keterbukaan informasi, analis akan lebih mudah membuat analisis berdasarkan sumber informasi yang jelas (tidak disembunyikan), sehingga bisa merekomendasikan *buy* pada saham tertentu. Secara tidak langsung, rekomendasi beli dari analis itu akan mengangkat harga sahamnya (Swa Sembada Edisi No.27/XXV/21 Desember 2009-6 Januari 2010).

Selain *good corporate governance*, isu lain yang juga diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *corporate social responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR), 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.

Trade of cost and benefit merupakan *core* pertimbangan kebijakan perusahaan dalam banyak hal, tak terkecuali kebijakan tanggung jawab sosial. Ukuran eksistensi dan keberhasilan lebih ditunjukkan dengan ketercapaian materialis mekanistik yang *measurable*. Dengan demikian, dimensi transidental, kebajikan, dan kegiatan sosial justru dianggap sebagai pengorbanan yang akan mengurangi tingkat kesejahteraan pemilik. Bersinggungan dengan karakter dasar orientasi perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan yang terkadang kurang memiliki koherensi dan mendukung pencapaian kinerja operasional perusahaan secara ekonomi, dianggap sebagai pemborosan, sehingga perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial hanya sebatas *lips service* dan memenuhi standar minimal (sekedarnya memenuhi aturan yang menganjurkan) (Nor Hadi, 2011: viii).

Pada tanggal 20 Juli 2007 pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban

perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate social responsibility* merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama *stakeholder* terkait, terutama adalah masyarakat di sekeliling dimana perusahaan tersebut berada. Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas diterbitkan dan mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-Undang tersebut (Pasal 66 ayat 2c) mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Pelaporan tersebut merupakan pencerminan dari perlunya akuntabilitas perseroan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga para *stakeholders* dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut. *Corporate social responsibility* dalam undang-undang tersebut (Pasal 1 ayat 3) dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diartikan sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Corporate social responsibility merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka

image perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Sudah banyak penelitian yang menguji tentang pengaruh *good corporate governance* ataupun *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini mencoba untuk meneliti tentang pengaruh *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian adalah “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya konflik agensi antara prinsipal dan agen

2. Perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* bukan karena kesadaran namun lebih karena keterpaksaan karena adanya peraturan perundang-undangan
3. Perusahaan belum menyadari manfaat penerapan *good corporate governance*
4. Perusahaan belum menyadari manfaat dari implementasi *corporate social responsibility*
5. Masih banyak perusahaan yang belum mengetahui arti pentingnya *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* untuk peningkatan nilai perusahaan

C. Pembatasan Masalah

1. Periode penelitian yang dilakukan adalah tahun 2007-2010
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang masuk dalam CGPI
3. Variabel independen yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang akan menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Ukuran Perusahaan dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010?
2. Bagaimana pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Ukuran Perusahaan, Jenis Industri, Profitabilitas dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010?
3. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk mendapatkan bukti empiris apakah *Good Corporate Governance* mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Ukuran Perusahaan dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010
2. Untuk mendapatkan bukti empiris apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Ukuran Perusahaan, Jenis Industri, Profitabilitas dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010

3. Untuk mendapatkan bukti empiris apakah *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi mengenai akuntansi keuangan dan pasar modal khususnya mengenai pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

2. Manfaat Praktis

- a. Perusahaan dapat mengetahui pentingnya penerapan *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di perusahaan yang *go public*
- b. Bagi perusahaan yang diteliti adalah sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan implementasi *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- c. Untuk peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi peneliti lain agar dapat membandingkan teori yang di dapat di bangku kuliah dengan keadaan yang senyatanya dalam suatu perusahaan serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.