

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pada dunia usaha semakin pesat yang diikuti dengan persaingan usaha yang semakin ketat pula. Perusahaan dituntut untuk berpikir kritis, efektif dan efisien agar dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba yang tinggi dalam jangka panjang. Tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Maksimalisasi nilai perusahaan dicirikan oleh tingginya harga saham perusahaan. Nilai saham merupakan indeks yang tepat untuk efektifitas perusahaan. Sehingga sering kali dikatakan memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Perusahaan yang mempertahankan nilai perusahaannya tetap tinggi akan mencerminkan ekspektasi investor akan kinerja masa depan perusahaan sehingga akan terus menanamkan modalnya.

Konsep nilai perusahaan berkaitan dengan kapitalisasi pasar. Kapitalisasi pasar merupakan nilai dari saham perusahaan yang beredar di pasar. Nilai kapitalisasi pasar digunakan oleh perusahaan untuk menunjukkan nilai total perusahaan. Kapitalisasi pasar dihitung dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga pasar. Nilai ini bergantung pada naik turunnya harga saham. Pada saat harga saham naik maka kapitalisasi pasar akan naik sehingga nilai perusahaan pun akan naik. Sebaliknya apabila harga saham turun maka kapitalisasi pasar akan turun sehingga nilai perusahaan akan turun. Nilai kapitalisasi pasar digunakan oleh investor sebagai informasi dengan tujuan mengambil keputusan investasi, maka dari itu perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang tinggi akan lebih diminati dibanding dengan perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang rendah.

Nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham dapat naik dan turun biasanya disebabkan permintaan dan penawaran atas suatu saham. Semakin banyak investor yang berminat untuk membeli saham, maka harga saham akan naik. Beberapa penyebab minat investor pada saham diantaranya laba perusahaan, reputasi perusahaan, dan hal lain yang diinformasikan oleh perusahaan melalui laporan tahunannya. Pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan dapat membentuk persepsi pemakai laporan mengenai perusahaan, dan investor memiliki kecenderungan untuk menggunakan informasi tambahan yang disajikan perusahaan dalam laporan keuangannya untuk mengambil keputusan investasi. Hal tersebut menjadikan minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tinggi, menyebabkan harga saham dan nilai perusahaan akan naik.

Naik turunnya harga saham terjadi setiap saat, penyebab perubahannya terjadi karena berbagai informasi mengenai kinerja perusahaan baik yang resmi yang berasal dari perusahaan maupun yang tidak resmi yang berasal dari luar perusahaan. Informasi ini dapat mempengaruhi persepsi investor dalam mengambil keputusan investasi. Apabila informasinya baik (*positive*), maka akan diikuti meningkatnya permintaan dan mempengaruhi kenaikan harga saham, sebaliknya apabila informasinya buruk (*negative*), maka akan diikuti penurunan permintaan dan akan mempengaruhi penurunan harga saham.

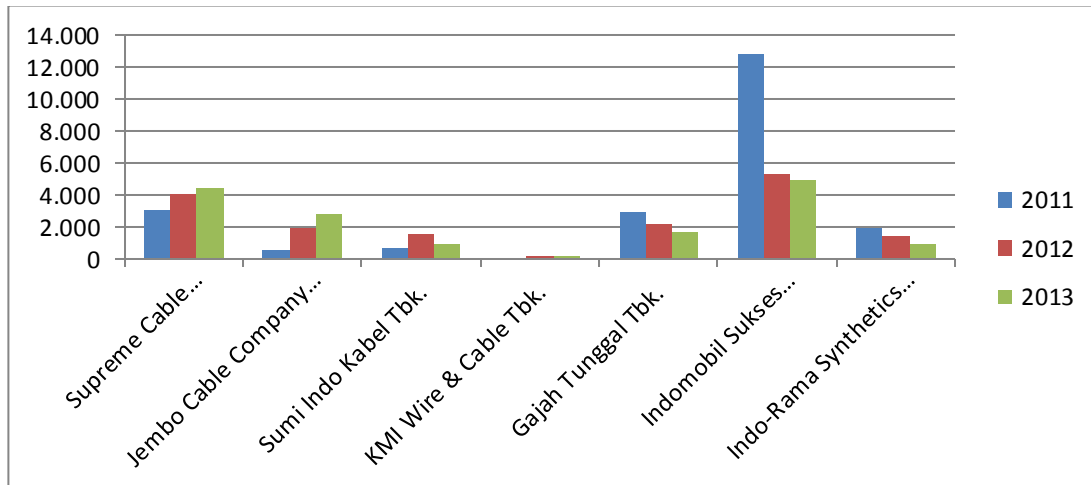
Tabel 1.1
Harga Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
(BEI)
Tahun 2011-2013

Nama perusahaan	Harga saham (Rp)		
	2011	2012	2013
Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk.	3.125	4.050	4.400
Jembo Cable Company Tbk.	600	1900	2.850
Sumi Indo Kabel Tbk.	750	1.530	920
KMI Wire & Cable Tbk.	104	187	142
Gajah Tunggal Tbk.	3.000	2.225	1.680
Indomobil Sukses Internasional	12.800	5.300	4.900
Indo-Rama Synthetics Tbk.	1.980	1.420	1.000

Sumber: IDX Statistics Book 2011, 2012 & 2013

Dari Tabel.1.1 dapat terlihat jelas harga saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. Agar lebih memudahkan melihat perubahan harga saham perusahaan dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2013, maka akan disajikan dalam grafik sebagai berikut:

Grafik 1.1
Harga Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
Tahun 2011-2013



Grafik 1.1 Harga Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2013 menunjukkan harga saham yang berfluktuasi. Pada perusahaan Lembo Cable Company Tbk harga saham tahun 2011 sampai 2013 menunjukkan harga saham yang terus naik dari Rp 600 pada tahun 2012 menjadi Rp 1.900 dan kemudian naik pada tahun 2013 menjadi Rp 2.850. Kemudian pada perusahaan Sumi Indo Kabel Tbk, harga saham dari tahun 2011 sampai tahun 2012 mengalami kenaikan, namun pada tahun 2013 harga saham perusahaan ini mengalami penurunan. Sedangkan pada perusahaan Gajah Tunggal Tbk, Indomobil Sukses Internasional Tbk, dan Indo-Rama Synthetics Tbk terjadi penurunan harga saham setiap tahunnya. Terutama yang terjadi pada Indomobil Sukses Internasional Tbk. harga saham perusahaan tersebut dari Rp 12.800 pada tahun 2012 dengan signifikan turun menjadi Rp 5.300 dan pada tahun 2013 kembali turun menjadi Rp 4.900. Harga saham pada perusahaan Gajah Tunggal Tbk, Indomobil Sukses Internasional Tbk, dan Indo-Rama Synthetics Tbk yang terus menurun menggambarkan bahwa menurunnya tingkat permintaan investor atas saham perusahaan tersebut. Dengan menurunnya harga saham dapat pula menggambarkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tersebut dikategorikan sebagai perusahaan yang nilai perusahaannya

kurang baik, karena pada saat harga saham rendah maka nilai perusahaan akan rendah, sehingga investor enggan untuk menanamkan modalnya.

B. Identifikasi Masalah

Nilai perusahaan tercermin dari harga saham. Pada saat nilai perusahaan menurun maka dapat dipengaruhi oleh penurunan harga saham. Menurunnya harga saham dipengaruhi oleh penurunannya minat investor pada saham perusahaan tersebut. Terdapat beberapa faktor investor tidak berminat atas saham suatu perusahaan diantaranya laba perusahaan, reputasi perusahaan dan informasi lain di laporan keuangan perusahaan. Ada kecenderungan bahwa investor lebih melihat kualitas dari informasi lain yang disampaikan oleh perusahaan di laporan keuangannya. Seperti yang diungkapkan oleh Sawidji (1996:81) ‘Faktor utama yang menyebabkan harga saham adalah persepsi yang berbeda dari masing-masing investor sesuai dengan informasi yang didapat’.

Sebuah informasi yang digunakan untuk menentukan keputusan investasi yang dilakukan oleh investor dikenal dengan informasi tanggungjawab sosial perusahaan, karena dalam laporan keuangan informasi ini disebutkan sebagai informasi yang tidak hanya berpijak pada *single bottom line* tetapi pada *triple bottomline* yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep *triple bottom line* tersebut atau disebut dengan konsep 3P dikemukakan oleh John Elkington (1997) merupakan konsep yang mengakui bahwa jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P, yaitu perusahaan bukan hanya memperhatikan segi ekonomi (profit), tetapi harus memperhatikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*), dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Profit merupakan orientasi perusahaan, sehingga banyak perusahaan yang sekedar mencari keuntungan dari segi ekonomi dan tidak memperdulikan sosial dan lingkungan disekitar. Hal tersebut lama kelamaan berdampak buruk dan menjadi persoalan yang mendasar bagi lingkungan dan masyarakat ditengah hiruk pikuk industrialisasi atas dasar modernisasi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dalam bentuk kerusakan

lingkungan dan ketimpangan sosial. Sehingga konsep 3P sudah seharusnya dilakukan oleh perusahaan yaitu tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi, namun perlu memperhatikan aspek sosial dan aspek lingkungannya.

Lebih lanjut, tanggungjawab sosial perusahaan ini disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR). Menurut Ghutri dan Parker dalam Nugraheni (2010), pengungkapan CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun mempertahankan, dan meligitmasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Patten (1990) yang menemukan bukti bahwa investor menggunakan informasi *social responsibility* dalam membuat keputusan investasi. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Ghoul *et al* (2011), dalam mengambil keputusan investasi banyak investor yang cukup memperhatikan CSR. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam mengambil keputusan investasinya.

Alasan ini diperkuat dengan adanya Undang-Undang yang mengatur tentang pentingnya pelaksanaan CSR bagi perusahaan yaitu Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Undang-Undang tersebut mewajibkan setiap perusahaan mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Dengan demikian, CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan perusahaan, bukan kegiatan yang bersifat sukarela (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Berdasarkan hal ini, kemungkinan bahwa penyebab naik turunnya nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham adalah faktor dari investor melihat informasi lain di laporan keuangan yaitu informasi tanggungjawab sosial atau yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham beberapa perusahaan manufaktur ini turut dipengaruhi oleh kualitas pengungkapan CSR.

Mengingat pentingnya hal tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut keterkaitan antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan

melaksanakan penelitian berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Bagaimana gambaran nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Bagaimana pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

D. Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Maksud

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta bagaimana pengaruhnya.

2. Tujuan

- a. Mengetahui gambaran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- b. Mengetahui gambaran nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- c. Mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah *keahlian* keilmuan sehingga bisa menjadi bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan variabel yang

berbeda-beda sehingga diperoleh pemahaman baru yang lebih baik dan lebih luas serta memberikan pengetahuan bagi pembaca tentang CSR dan nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan

Memberikan pengetahuan bagaimana pentingnya CSR sehingga menjadi bahan dalam rangka mengambil keputusan dalam menjalankan kegiatan usaha agar dapat meningkatkan harga saham sehingga meningkatkan pula nilai perusahaannya tanpa mengesampingkan etika bisnis dan kesadaran akan tanggungjawab lingkungan dan sosial.

b. Bagi stakeholder

Memberikan pengetahuan tentang penilaian kinerja perusahaan secara menyeluruh dalam rangka meningkatkan kerjasama untuk menjaga lingkungan serta kehidupan sosial yang selaras, serasi, dan seimbang melalui kegiatan bisnis yang santun.

c. Bagi pembaca dan publik

Sebagai referensi kepustakaan dan untuk penelitian berikutnya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini diharapkan memberikan kesempurnaan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.