BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, banyak perusahaan – perusahaan yang haus akan investasi. Investasi pada dasarnya merupakan elemen yang sangat penting di dalam suatu perusahaan agar perusahaan tersebut dapat berkembang dengan optimal. Investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki biasanya berjangka panjang dengan harapkan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang sebagai kompensasi secara profesional atas penundaan konsumsi, dampak inflasi dan resiko yang di tanggung. Keputusan investasi dapat dilakukan individu, dari investasi tersebut dapat berupa *capital gain/loss* dan *yield*. Alasan seorang melakukan investor melakukan investasi adalah untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik dimasa yang akan datang serta untuk menghindari merosotnya nilai kekayaan yang dimiliki. Investasi juga dapat di artikan sebagai suatu komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini dengan bertujuan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang.

Pasar modal merupakan tempat dilakukannya investasi pada aset finansial. Pasar modal merupakan tempat pertemuan dan proses transaksi antara penawaran dan permintaan surat berharga. Pasar modal memberikan kepada pihak yang mempunyai surplus dana suatu kesempatan berinvestasi dalam surat berharga dan memudahkan

Kukuh Rarianbudi Pawitra, 2013
PENGARUH PENGUNGKAPAN PELAPORAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN TERHADAP PERUBAHAN HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pihak yang memerlukan dana untuk memperoleh dana. Saham merupakan salah satu alternatif dalam aset finansial. Kebutuhan akan informasi yang relevan dalam

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
PERPUSTAKAAN

pengambilan keputusan investasi dalam aset finansial di pasar modal sangat dibutuhkan oleh investor. Suatu pendekatan dalam menganalisis harga saham di pasar modal sangat dibutuhkan oleh investor.

Saham adalah satuan modal dari sebuah perusahaan. Proporsi kepemilikan saham merepresentasikan proporsi pembagian keuntungan yang dibagikan (dividen) dan proporsi dari nilai aset perusahaan yang dijual apabila mengalami kebangkrutan, dengan kata lain proposi kepemilikan saham merepresentasikan proporsi kepemilikan perusahaan. Walaupun demikian hak-hak kreditur lebih didahulukan daripada hak-hak pemegang saham. Kreditur berhak mendapatkan pembayaran atas hutang terlebih dahulu, baru kemudian jika ada sisa keuntungan, dividen ataupun hak atas aset dibagikan kepada para pemilik saham secara proporsional.

Walaupun memiliki proporsi yang besar dalam kepemilikan sahamnya, pemilik saham tidak berhak untuk menggunakan segala properti yang dimiliki perusahaan untuk kepentingan pribadi. Hal ini dikarenakan perusahaan dianggap sebagai badan legal yang berhak atas kepemilikan aset-asetnya, dalam artian semua aset yang dimiliki perusahaan dibeli atas nama perusahaan dan bukan perseorangan pemilik saham.

Saham dapat bersifat *voting* atau pun *non-voting*, dalam artian pemilik saham dapat memiliki hak untuk memilih Direksi dan menentukan kebijakan yang diambil oleh sebuah perusahaan, tergantung dari jenis kepemilikan sahamnya. Saham *voting* dikenal sebagai saham *Class A* sementara saham *non-voting* dikenal sebagai saham *Class B*. Sebagai satuan kepemilikan modal sebuah perusahaan, saham biasa

(*Common Stock*) biasanya memiliki hak *voting*, sedangkan saham pilihan (*Preferred Stock*) biasanya tidak memiliki hak *voting*, namun pemilik saham ini memiliki hak untuk mendapatkan pembagian dividen dengan jumlah tertentu setiap tahun sebelum dividen untuk pemilik saham biasa dibagikan.

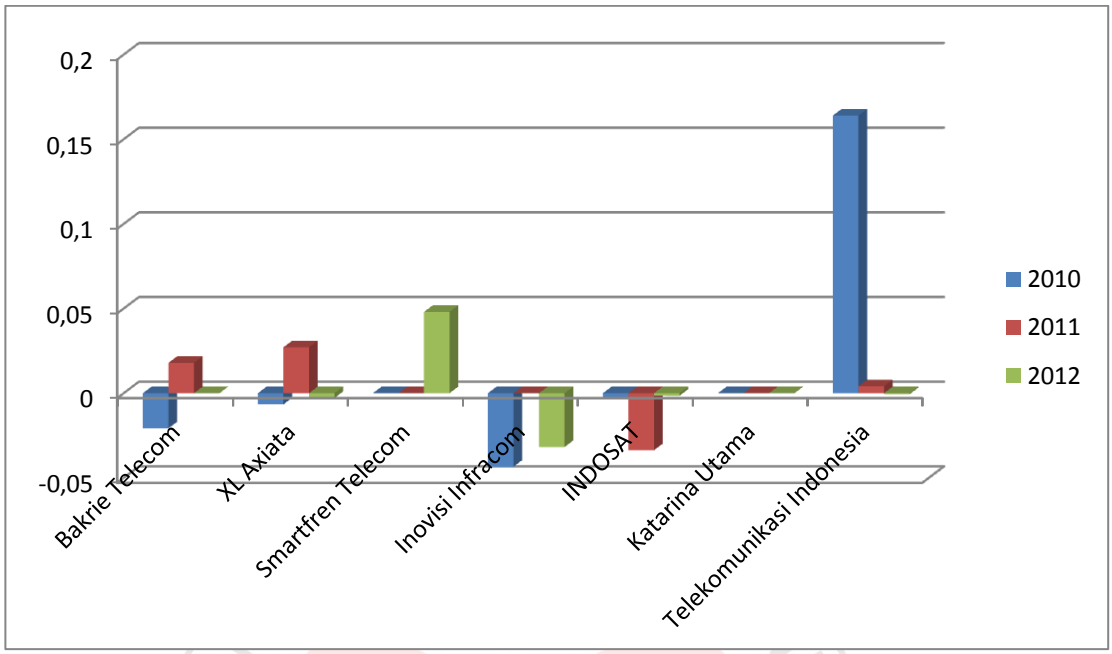
Kondisi tidak menguntungkan dialami perusahaan sektor telekomunikasi dimana pada saat ini terjadi masalah – masalah baru yang dimana berkaitan tentang adanya pembangunan tower BTS (base transceiver station). Salah satu yang perlu dilihat adalah adanya efek negative gelombang elektromagnetik yang dihasilkan oleh perangkat komunikasi tersebut. Level batas radiasi elektromagnetik yang diperbolehkan menurut standar WHO (World Health Organization) adalah 4,5 watt/m2 untuk perangkat yang menggunakan frekuensi 900 MHz dan 9 watt/m2 untuk frekuensi 1800 MHz. Level maksimum yang dikeluarkan oleh IEEE (Institute of Electrical and Electonic Engineers) 6 watt/m2 untuk frekuensi 900 MHz dan 12 watt/m2 untuk frekuensi 1800 MHz.

Dampak lain yang juga harus diperhatikan adalah dampak terhadap kesehatan warga yang tinggal berdekatan dengan lokasi menara. Dimana hal ini dapat mengakibatkan kerugian dari pada perusahaan itu sendiri, yang berujung kurang nya simpati masyarakat sekitar terhadap perusahaan tersebut yang berimbas pada kurang nya kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut.

Selain kasus di atas, peristiwa lain yang berkaitan dengan harga saham terjadi pada penghujung triwulan III-2008, intensitas krisis semakin membesar seiring dengan bangkrutnya bank investasi terbesar di Amerika Serikat yaitu Lehman

Brothers, yang diikuti oleh kesulitan keuangan yang semakin parah di sejumlah lembaga keuangan berskala besar di Amerika, Eropa, Jepang. Krisis keuangan dunia tersebut telah berimbas ke perekonomian Indonesia sebagaimana tercermin dari gejolak di pasar modal. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada bulan Desember 2008 ditutup pada level 1.355,4 terpangkas hampir separuhnya dari level pada awal tahun 2008 sebesar 2.627,3 bersamaan dengan penurunan tajam volume perdagangan saham.

Imbas krisis keuangan tersebut melanda semua sektor di BEI termasuk sektor telekomunikasi, dimana investor merasa terancam dengan kondisi tersebut sehingga melakukan aksi jual besar-besaran dan mengakibatkan harga saham mengalami penurunan. Penurunan harga saham tersebut mengakibatkan *return* saham yang diperoleh investor mengalami penurunan. Diperparah dengan penurunan laba yang mengakibatkan dividen yang dibagikan menjadi berkurang. Berikut kondisi *return* saham perusahaan telekomunikasi tersaji dalam grafik 1.1.



No	Kode	Harga Saham (Y)		
		2010	2011	2012
1	BTEL	-0,0208	0,0179	0,0000
2	EXCL	-0,0066	0,0271	-0,0028
3	FREN	0	0	0,0480
4	INVS	-0,04343	0,0000	-0,0318
5	ISAT	-0,0031	-0,0337	-0,0015
6	RINA	0	0	0,0000
7	TLKM	0,1640	0,0041	-0,0006

Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah kembali)

Gambar 1.1
Return Saham Perusahaan Telekomunikasi Tahun 2010-2012

Dalam grafik tersebut dapat dilihat bahwa *return* saham pada perusahaan telekomunikasi berfluktuatif dari tahun ke tahun. Tahun 2010 hanya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang mampu mengalami kenaikan dan bertahan dalam kondisi dimana invetor melakukan aksi jual besar-besaran dan harga saham perusahaan telekomunikasi mengalami penurunan. tahun 2011 semua perusahaan

mengalami kenaikan harga saham dan hanya PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dan PT. Katarina Utama Tbk yang mengalami penurunan harga saham.

Tahun 2012 justru menjadi tahun yang bergerak secara fluktuatif, dimana yang mengalami penurunan terjadi pada PT XL Axiata Tbk, PT Inovisi Infracom Tbk, dan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Sedangkan PT Katarina Utama Tbk belum bisa memberikan *return* yang signifikan sepanjang tahun 2010 sampai tahun 2012.

Return saham yang disajikan dalam grafik 1.1 merupakan *return* total antara *capital gain* dan dividen. *Return* saham yang cenderung fluktuatif akan berimbas pada kepercayaan investor dalam menyalurkan dananya. Dalam membuat peramalan *return* saham, investor akan terlebih dahulu melakukan analisis terpenting dan sederhana, yaitu menganalisis kinerja keuangan yang tercermin dalam rasio keuangan yang data-datanya bisa diperoleh dalam laporan keuangan. Menurut Harianto dan Sudomo, (2001:212):

> Apabila kinerja keuangan perusahaan menunjukkan adanya prospek yang baik, maka sahamnya akan diminati oleh investor dan harganya meningkat, dengan meningkatnya harga saham tentunya *return* saham yang diterimapun meningkat.

Perusahaan yang berorientasi pada profit umunya hanya berfokus pada keuntungan semata dan tidak akan mengeluarkan biaya yang tidak dapat ditandingkan dengan estimasi pendapatan masa mendatang. Karena memang tuntutan untuk meningkatkan keuntungan setiap investornya, sehingga mengabaikan dampak sosial yang disebabkan oleh adanya operasi perusahaan. Asumsinya jika perusahaan mengeluarkan biaya sosial, justru menurunkan profitabilitas dan pada akhirnya

menurunkan nilai saham dan pembagian deviden. Tentunya hal ini tidak diinginkan manajemen perusahaan yang selalu berorientasi pada *stakeholder-nya*.

Berdasarkan pemikiran dari Howard R. Bowen dalam bukunya yang berjudul *Social Responsibility of The Businessman*, mulailah paradigma masyarakat mengenai perlunya pertanggung jawaban sosial yang seharusnya dilakukan oleh setiap perusahaan. Sehingga menimbulkan banyak perdebatan diantara kalangan masyarakat dengan manajemen perusahaan, karena adanya perbedaan tujuan, perusahaan bertujuan pada keuntungan, sementara masyarakat sekitar perusahaan juga tidak ingin lingkungan sekitar rusak akibat dari operasi perusahaan (Majalah Bisnis & CSR, 2008). Dalam tahun terakhir, perusahaan – perusahaan telah meningkatkan ekspektasi mereka terhadap CSR dari lingkungan sekitarnya (Balmer dan Greysner, 2006; Michael, 2003; Whitehouse, 2006 dalam Herbert dan Schantz 2007). CSR berkaitan pada pemenuhan dengan kewajiban hukum sesuai dengan peraturan moral yang menjadikan suatu perilaku bisnis pada umumnya (Herbertz dan Schantz, 2007).

CSR sebenarnya sudah muncul dari jauh sebelum disahkannya UU No 40 tahun 2007 di Indonesia. Pandangan bahwa dunia bisnis memiliki tanggungjawab yang lebih dari sekadar meningkatkan kemakmuran ekonomi semata bukanlah sesuatu yang baru. Sepanjang catatan sejarah, peranan organisasi-organisasi yang memproduksi barang dan jasa bagi pasar selalu dikaitkan dengan aspek sosial, politik dan bahkan militer. Pada awal abad ke-19, perusahaan sebagai sebuah bentuk organisasi bisnis berkembang pesat di Amerika. Di pertengahan abad ke-20, CSR sudah dibahas di Amerika oleh para pakar bisnis semisal Peter Drucker dan mulai

dimasukan dalam literatur. Pada tahun 1970, ekonom Milton Friedman menjelaskan pandangannya bahwa tanggungjawab sosial perusahaan adalah menghasilkan keuntungan (profit) dalam batasan moral masyarakat dan hukum. Pada tahun 1933, A Berle dan G Means meluncurkan buku berjudul *The Modern Corporation and Private Property* yang mengemukakan bahwa korporasi modern seharusnya mentransformasikan diri menjadi institusi sosial, ketimbang institusi ekonomi yang semata memaksimalkan laba. Hingga tahun 1980-1990an wacana CSR terus berkembang. Dalam bukunya *Cannibals with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Bussiness* John Elkington pada tahun 1997 mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality,* dan *social justice.* Melalui konsep ini Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P yaitu *profit, people and planet.* Di wilayah Asia, konsep CSR berkembang sejak tahun 1998, tetapi pada waktu itu belum terdapat suatu pengertian maupun pemahaman yang baik tentang konsep CSR. Sedangkan CSR sendiri dikenal di Indonesia pada tahun 2001.

Corporate Social Responbility adalah elemen penting dalam kerangka keberlanjutan usaha suatu industri yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya. Definisi secara luas yang ditulis sebuah organisasi dunia *World Bisnis Council for sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya serta seluruh

keluarga. Sedangkan menurut Nuryana CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

CSR dapat dikatakan sebagai tabungan masa depan bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang diperoleh bukan hanya sekedar keuntungan secara financial namun lebih pada kepercayaan dari masyarakat sekitar dan para *stakeholders* berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Penelitian yang dilakukan Sandra Waddock dan Samuel Graves membuktikan bahwa perusahaan yang memperlakukan *stakeholders* mereka dengan baik akan meningkatkan kelompok mereka sebagai suatu bentuk manajemen yang berkualitas.

Stakeholders bukan hanya masyarakat dalam arti sempit yaitu masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi perusahaan melainkan masyarakat dalam arti luas, misalnya pemerintah, investor, elit politik, dan lain sebagainya. Bentuk kerjasama yang dibentuk antara perusahaan dan *stakeholders* hendaknya juga merupakan kerjasama yang dapat saling memberikan kesempatan untuk sama-sama maju dan berkembang. Program-program CSR yang dibuat untuk kesejahteraan masyarakat dan pada akhirnya akan berbalik arah yaitu memberikan keuntungan kembali bagi perusahaan tersebut. Diharapkan perusahaan dengan seluruh *stakeholders* dapat bersama-sama bekerjasama mengembangkan CSR sehingga keberlanjutan perusahaan baik itu keuntungan ekonomi (keuntungan financial) keuntungan sosial maupun keuntungan lingkungan dapat terwujud.

Di sisi lain, perusahaan dituntut untuk mengungkapkan aktivitas sosial dan aktivitas lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan tersebut menjadi suatu faktor potensial dalam menciptakan suatu peraturan dalam pengungkapan laporan keuangan perusahaan di pasar modal yang sesuai dengan aktivitas sosial dan lingkungan. Dengan adanya peraturan pasar modal mengenai pengungkapan sosial dan lingkungan dapat menjadi informasi bagi *stakeholder*, khususnya informasi kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan (Murray *et al*., 2006). Oleh sebab itulah pasar modal menjadi suatu pendorong yang besar bagi pengungkapan kegiatan sosial dan lingkungan.

Pada kenyataannya, perhatian perusahaan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan masihlah rendah. Pengungkapan kegiatan sosial dan lingkungan oleh perusahaan dipandang hanya sebagai suatu pelengkap dalam laporan keuangan. Dalam Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi kewajiban bagi perseroan terbatas (PT). Hal ini didukung dengan dikeluarkannya UU Perseroan Terbatas pasal 74, yang mewajibkan semua perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan CSR. Selain itu, berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutaan izin kegiatan. CSR menjadi hal yang wajib diimplementasikan

oleh perusahaan, entitas bisnis telah banyak mengungkapkan kegiatan sosial dan lingkungan di dalam laporan tahunan.

Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangan dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Disamping itu, pengungkapan sosial dan lingkungan menjadi salah satu cara perusahaan untuk menunjukan kinerja yang baik kepada masyarakat dan investor. Dengan pengungkapan tersebut, perusahaan akan mendapatkan *image* dan pengakuan yang baik, bahwa perusahaan juga bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Sehingga perusahaan akan memiliki daya tarik dalam penanaman modal.

Teori legitimasi adalah teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan pelaporan dan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan (Cambell *et al*., 2003; dalam Inawesnia, 2008). Salah satu faktor yang banyak dimasukan oleh para peneliti sebagai motif dibalik pengungkapan informasi sosial dan lingkungan adalah keinginan untuk melegitimasi operasi organisasi (Deegan, 2002). Linbloom, 1994 (dalam Deegan, 2002) berpendapat bahwa legitimasi adalah suatu kondisi atau status yang eksis ketika sistem nilai entitas sesuai dengan sistem nilai dari masyarakat luas dimana entitas tersebut menjadi bagiannya. Apabila terdapat perbedaan antara sistem

nilai entitas dengan sistem nilai dari masyarakat luas maka akan mengancam legitimasi entitas tersebut.

Dalam usaha memperoleh legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui pelaporan sosial dan lingkungan yang dipublikasikan. Kemudian Cornier dan Gordon,2001 (dalam Inawesnia, 2008) menambahkan bahwa teori legitimasi berdasar pada konsep bahwa organisasi memiliki kontrak dengan masyarakat dan memenuhi kontrak – kontrak tersebut dapat melegitimasi organisasi dan aktivitas organisasi.

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, perbedaan terletak pada pemilihan populasi, waktu, dan tempat penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laporan tahunan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI. Di samping itu apabila ada peningkatan atau penurunan harga saham, peneliti dapat dengan mudah mengetahui perubahan yang terjadi terhadap harga saham perusahaan yang digunakan sebagai sampel.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan pelaporan sosial dan lingkungan terhadap harga saham perusahaan merupakan hal yang mutlak dilakukan mengingat lingkungan bisnis yang kian dinamis, sehingga menuntut perusahaan untuk memberikan citra positif kepada pihak luar perusahaan dalam hal ini investor dan masyarakat, sebagai upaya entitas bisnis meraih keunggulan kompetitif.

Berdasarkan uraian di atas dan berpijak pada teori-teori yang ada maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih jauh dengan judul "**Pengaruh Pengungkapan Pelaporan Sosial dan Lingkungan terhadap Perubahan Harga Saham Pada Perusahaan Telekomunikasi".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah penulis kemukakan, terdapat beberapa permasalahan yang di hadapi oleh perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengenai pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang belum seluruhnya terlaksana atau dijalankan dengan baik.

Berdasarkan masalah dan fenomena pada latar belakang, Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana gambaran Pengungkapan Pelaporan Sosial dan Lingkungan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Bagaimana gambaran perubahan harga saham perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh Pengungkapan Pelaporan Sosial dan Lingkungan terhadap perubahan harga saham pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini memperoleh gambaran untuk mempelajari secara empiris mengenai pengaruh Struktur Modal terhadap *Coorporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui gambaran Pengungkapan Pelaporan Sosial dan Lingkungan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Mengetahui gambaran perubahan harga saham pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Mengetahui pengaruh Pengungkapan Pelaporan Sosial dan Lingkungan terhadap perubahan harga saham pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Secara Akademis

   Dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut mengenai masalah-masalah yang terdapat pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia khususnya tentang praktek pengungkapan pelaporan *Coorporate Social Responsibility* (CSR).

2. Secara Empiris

Dapat memberikan masukan kepada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai bahan evaluasi dalam menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan harga saham perusahaan.

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
PERPUSTAKAAN