

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendirian sebuah perusahaan sejatinya memiliki tujuan yang jelas. Tujuan perusahaan dalam perspektif manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham atau memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menggambarkan baik atau buruknya manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan dan setiap perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan tercermin dari saham harga sahamnya (Fama dalam Pakpahan, 2010). Adanya kenaikan harga saham di pasar akan berdampak positif bagi perusahaan karena perusahaan tentu akan dinilai memiliki prospek yang menjanjikan bagi para investor.

Keberadaan dari nilai perusahaan ini memiliki peranan penting guna mengundang para investor yang ingin menginvestasikan saham ke perusahaan-perusahaan. Investor akan beranggapan bahwa nilai perusahaan yang tinggi berarti memiliki kualitas kinerja keuangan yang baik di mana hal tersebut secara langsung dapat mewakili ekspektasi investor terhadap harga saham dan *return* yang akan diterima di kemudian hari ketika investor menginvestasikan sahamnya di perusahaan tersebut.

Setiap perusahaan yang menerbitkan sahamnya di pasar bursa tentu akan berkompetisi untuk dapat meningkatkan nilai perusahaannya masing-masing agar memiliki daya tarik yang tinggi di mata para investor. Tingkat persaingan di pasar bursa kian meningkat seiring banyaknya perusahaan yang melakukan IPO di pasar bursa setiap tahunnya. Dalam *fact book* yang dikeluarkan BEI tahun 2010 dan 2011 disebutkan bahwa pada tahun 2009 terdapat 13 perusahaan yang melakukan IPO di pasar bursa dan jumlahnya meningkat pada tahun 2010 yaitu sebanyak 23 perusahaan. Dengan persaingan yang semakin tinggi inilah, perusahaan mengerahkan kemampuannya untuk dapat meningkatkan nilai perusahaannya guna menarik minat investor agar tertarik untuk berinvestasi pada perusahaannya tersebut. Manajemen perusahaan akan mengupayakan agar perusahaannya terlihat baik salah satunya dengan mematuhi peraturan yang diterbitkan oleh regulator dan menyajikan informasi baik itu informasi keuangan maupun non keuangan, baik yang bersifat *mandatory* maupun *voluntary*. Hal itu dapat menjadi strategi kompetitif perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Sampai saat ini masih banyak penelitian yang dilakukan dengan mengambil tema nilai perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti kinerja keuangan, *corporate governance*, perataan laba, pengungkapan CSR, dan lain-lain (Herawaty,

2008; Nurlela & Islahuddin, 2008; Hermuningsih & Wardani, 2009; Kawatu, 2009; dan Pakpahan, 2010).

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.

Dari waktu ke waktu, investor di pasar modal pun tidak hanya menilai perusahaan dari informasi keuangan yang berupa angka-angka yang diungkapkan dalam laporan tahunannya, tetapi investor semakin banyak yang menggunakan informasi-informasi alternatif yang bersifat nonkeuangan dalam menilai perusahaan. Salah satu informasi alternatif yang biasa digunakan investor adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial (CSR). Eipstein dan Freedman (dalam Hidayati & Murni, 2009) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat.

Kajian mengenai CSR semakin berkembang pesat seiring banyaknya kasus yang terjadi di mana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat, seperti kasus Freeport, lumpur panas Lapindo Brantas, dan pencemaran Teluk Buyat. Selain itu dengan diterbitkannya ISO 26000 secara resmi di Indonesia pada tahun 2010 menjadikan CSR sebagai salah satu hal penting yang diperhatikan semua pihak dan sudah banyak diterapkan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan. Pentingnya CSR telah mendapat perhatian dari pemerintah Indonesia dan perusahaan yang ada di Indonesia. Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (pasal 74 ayat 1a) mewajibkan perusahaan yang usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melakukan CSR.

Penerapan CSR dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, di mana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan CSR (Cheng, 2011). CSR pun semakin menjadi perhatian bagi pasar bursa di mana sejak tahun 2009, BEI menerbitkan suatu indeks baru yang diberi nama indeks SRI-KEHATI. Indeks ini dimaksudkan untuk memberikan pedoman investasi bagi investor dengan memuat emiten yang memiliki kinerja yang sangat baik dalam mendorong usaha-usaha berkelanjutan, serta memiliki kesadaran terhadap lingkungan hidup, sosial dan tata kelola perusahaan yang baik. Indeks ini dikenal juga dengan *Sustainable and Responsible Investment*.

Nurlela dan Islahuddin (2008) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEJ tahun 2005 masih sangat rendah. Sebaliknya penelitian Jo dan Harjoto (2011) menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Murwaningsari (2009) yang menjelaskan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.

Dengan berkembangnya isu-isu baru dalam bidang ekonomi, pelaku bisnis mulai menyadari bahwa kemampuan bersaing tidak hanya terletak pada kepemilikan aset berwujud tetapi lebih pada inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi, dan sumber daya manusia yang dimilikinya (Solikhah dkk., 2010). Kondisi ini juga turut mempengaruhi penilaian perusahaan dengan lebih menitikberatkan pada *intangible assets* daripada *physical assets* (Lu et al., 2010).

Peningkatan *intangible assets* perusahaan diprediksi mampu memberi pengaruh positif terhadap arus kas dan nilai perusahaan di masa yang akan datang (Gleason & Klock, 2006). Dalam penelitiannya di Amerika Serikat, Gleason dan Klock (2006) mengemukakan bahwa *intangible assets* yang penting dan terbukti secara statistik berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q adalah riset dan pengembangan.

Melalui riset dan pengembangan, perusahaan diberi kesempatan untuk mengembangkan produk dan proses produksi yang lebih baik serta inovasi penjualan yang efektif (Padgett & Galan, 2010). Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan yang bersangkutan. Seperti yang terjadi pada perusahaan Apple yang selalu berinovasi pada produk-produknya dan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk melakukan kegiatan riset dan pengembangan, pada tahun 2012 perusahaan tersebut mengalami peningkatan nilai perusahaan sebesar 19% dari tahun sebelumnya. Peningkatan harga saham pun akan terjadi terlebih lagi jika perusahaan tersebut meluncurkan produk baru.

Penelitian ini menguji apakah terdapat pengaruh antara pengungkapan CSR serta intensitas riset dan pengembangan terhadap nilai perusahaan. Proksi yang digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR adalah *CSR disclosure index* yang mengacu pada standar GRI. Standar ini telah digunakan dalam penilaian *Indonesian Sustainability Report Award (ISRA)* di Indonesia. Penggunaan standar GRI menjadi salah satu keterbaruan dari penelitian ini di mana penelitian sebelumnya mengacu pada daftar pertanyaan yang digunakan Haniffa *et al.* (2005) atau Utomo (2000). Peneliti juga memasukan variabel riset dan pengembangan yang diproksikan dengan rasio intensitas riset dan pengembangan, yaitu perbandingan antara total pengeluaran riset dan pengembangan terhadap total penjualan. Alasan memasukkan variabel ini dalam penelitian karena dirasakan kurangnya

penelitian yang menguji pengaruh variabel riset dan pengembangan terhadap nilai perusahaan terutama di Indonesia.

Berdasarkan pertimbangan dan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Intensitas Riset & Pengembangan terhadap Nilai Perusahaan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan nilai perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh antara intensitas riset dan pengembangan (R&D) dengan nilai perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh simultan antara pengungkapan CSR dan intensitas R&D terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah terdapat pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui apakah terdapat pengaruh antara intensitas riset dan pengembangan (R&D) terhadap nilai perusahaan.

3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan antara pengungkapan CSR dan intensitas R&D terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan keuangan perusahaan ataupun laporan yang terpisah (*sustainability report*), serta aktivitas riset dan pengembangan guna meningkatkan nilai perusahaan, serta dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana baru dan informasi alternatif dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam penilaian atas suatu perusahaan sebagai dasar pertimbangan untuk pengambilan keputusan investasi sehingga tidak hanya terpaku pada ukuran-ukuran moneter karena banyak hal yang dapat menjadi sumber pertimbangan untuk mengambil keputusan investasi.

3. Bagi regulator

Untuk dapat mengetahui sejauh mana pengungkapan CSR dan intensitas R&D yang telah dilakukan oleh perusahaan di Indonesia, sehingga

pemerintah dapat meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan pengujian atas nilai perusahaan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Selain itu dapat juga menjadi referensi dan dasar pengembangan bagi penelitian sejenis berikutnya.