

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi zaman sekarang, hubungan peningkatan keterkaitan antar bangsa dan antar manusia di seluruh dunia melalui perdagangan, pelayaran, investasi, budaya dan bentuk interaksi lainnya. Sehingga batasan suatu negara menjadi bias. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Jamli.dkk (2005) bahwa globalisasi adalah suatu proses tantangan masyarakat yang dunia yang tidak mengenal batas wilayah.

Manusia saling bersaing untuk meningkatkan kualitas kehidupan, kepandaian dan kecakapan diri, sedangkan perusahaan atau entitas saling bersaing untuk bisa memaksimalkan *market capitalization value* atau nilai perusahaan. Masyarakat dunia yang tidak mengenal batas wilayah, dan persaingan dunia yang semakin erat menimbulkan persaingan pribadi. Hal tertera didukung oleh pernyataan Berzkalne dan Zelgalve (2014) bahwa salah satu tujuan utama manajer perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Sartono (2001), nilai perusahaan merupakan proksi yang menggambarkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, dimana harga saham tersebut dijadikan sebagai indikator nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham yang stabil dan mengalami peningkatan dalam jangka panjang. Semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan dan kemakmuran pemegang saham akan meningkat. Atmaja (2008) juga menjelaskan

bahwa memaksimalkan nilai pasar perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan.

Tiga modal dasar yang dibutuhkan perusahaan untuk mencapai tujuan yaitu modal fisik (*physical capital*), modal keuangan (*financial capital*), dan modal intelektual (*intellectual capital*). Modal intelektual ialah sesuatu hal yang baru dan juga merupakan konsep modern yang memainkan peran penting dalam perusahaan atau entitas (Macerinskiene dan Survilaite) dalam Annisa (2014). Diantara salah satu cara perusahaan atau entitas untuk dapat membuat nilai perusahaan meningkat yaitu melalui peningkatan *intellectual capital*. Bontis (1998) mendefinisikan *intellectual capital* merupakan segala sesuatu yang ada pada perusahaan atau entitas terkait sumber daya tak berwujud, termasuk proses yang dilakukan perusahaan atau entitas dalam mengolah sumber dayanya.

Modal intelektual merupakan aset yang tidak berwujud, oleh karena itu tidak dapat diukur secara akurat. Tidak ada pedoman ataupun aturan mengenai pengukuran yang spesifik dan pelaporan mengenai modal intelektual (Bruggen *et al.*, 2009). Meskipun demikian, pengguna laporan tahunan membutuhkan laporan tahunan perusahaan yang lengkap dan rinci, sehingga *intellectual capital disclosure* dalam laporan tahunan oleh perusahaan tetap dibutuhkan untuk laporan tahunan perusahaan atau entitas.

Sejarah mengatakan, perbedaan antara aset tak berwujud dan *intellectual capital* atau modal intelektual tidak jelas, karena *intellectual capital* atau modal intelektual dihubungkan sebagai goodwill padahal keduanya berbeda (Ikatan Akuntan Indonesia, 2007). Kenyataan tersebut dapat ditelusuri kembali ke awal tahun 1980 ketika gagasan umum nilai aktiva tak berwujud selalu dinamai sebagai goodwill sejak praktik bisnis dan akuntansi diterapkan (International Federation of Accountants, 1998 dalam Hong, 2007).

Negara Indonesia, *intellectual capital* mulai bermunculan terutama setelah terbitnya PSAK No. 19 (revisi 2000) tentang aktiva tidak terwujud. Walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai modal intelektual tetapi kurang lebih modal intelektual sudah mendapatkan perhatian. Menurut PSAK No. 19, aktiva tidak terwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif (IAI, 2002).

Walaupun PSAK 19 (revisi 2000) yang di dalamnya secara implisit menyinggung tentang *intellectual capital* telah mulai diperkenalkan sejak tahun 2000, tetapi dalam dunia praktik *intellectual capital* masih belum dikenal secara luas Indonesia (Abidin, 2000). Menurut Abidin (2000), perusahaan-perusahaan di Indonesia cenderung memaka *conventional based* dalam membangun bisnisnya, sehingga produk yang dihasilkannya masih miskin kandungan teknologi. Di samping itu, perusahaan-perusahaan tersebut belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Padahal semua ini merupakan elemen pembangun *intellectual capital* perusahaan (Sawarjuono dan Kadir, 2003).

Hidayat (2000) menyatakan bahwa orang di Indonesia hanya memberikan sedikit perhatian terhadap modal intelektual karena mereka tidak bisa melihat manfaat daya pikir dalam balas jasa investasi mereka. Joia (2000) menyatakan bahwa aktiva tak berwujud perusahaan berhubungan dengan strategi perusahaan. Aktiva tak berwujud itu berupa modal intelektual yang ada di perusahaan tersebut. Banyak peneliti luar negeri yang telah melakukan penelitian dalam pengukuran modal intelektual, baik secara literatur maupun penerapan langsung pada perusahaan (Sawarjuono dan Kadir, 2003).

Sawarjuono (2003) menyatakan bahwa metode pengukuran *intellectual capital* dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu: pengukuran *nonmonetary* dan pengukuran

monetary. Macam-macam metode pengukuran yang dikembangkan, masing-masing memiliki kelemahan dan kelebihan sehingga dalam memilih model yang paling sesuai untuk digunakan merupakan tindakan yang tidak tepat karena pengukuran tersebut hanyalah sebuah alat yang dapat diterapkan pada kondisi dan situasi perusahaan atau industri dengan spesifikasi tertentu.

Klein dan Prusak (dalam Brooking, 1997) memberikan definisi awal atas modal intelektual. Pernyataan mereka bahwa modal intelektual adalah “material yang telah disusun, ditangkap, dan digunakan untuk menghasilkan nilai asset yang lebih tinggi”. Stewart (1997), memberikan definisi modal intelektual sebagai “packaged useful knowledge”. Brooking (1996) menawarkan definisi yang lebih komprehensif dengan menyatakan bahwa istilah modal intelektual diberikan untuk kombinasi *intangible assets* yang dapat membuat perusahaan untuk berfungsi.

Aktivitas operasi perusahaan menimbulkan dampak terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar juga selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para *shareholder*, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pemilik atau investor, pelanggan, *supplier*, komunitas dan juga pesaing (Rika dan Islahuddin, 2008). Masyarakat dan lingkungan sekitarnya tidak terlepas dari suatu entitas dalam menjalankan usahanya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan membutuhkan suatu respon yang positif dari masyarakat yang diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar (Kamil dan Antonius, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah gagasan yang membuat perusahaan atau industri mempedulikan masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, sehingga tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangan saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan, seperti

pendapat Sari (2012) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada kemasyarakatan. *Corporate social responsibility* sebagai pertanggungjawaban sosial dan lingkungan perusahaan atau entitas terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan atau entitas tersebut bertempat. Pernyataan itu didasarkan pada 3P yaitu (*profit, people, planet*) menurut *Global Compact Initiative* yaitu tujuan perusahaan tidak hanya memburu keuntungan ekonomi (*profit*) namun juga untuk kesejahteraan orang (*people*), dan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan hidup planet ini. (Nugroho, 2005).

Hackston dan Miley (1996) menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* perusahaan atau entitas dapat didefinisikan sebagai penyediaan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan kegiatan operasi perusahaan dengan keadaan sosial dan lingkungan, sebagaimana dinyatakan dalam laporan tahunan atau laporan sosial yang terpisah. Dapat disimpulkan pertanggungjawaban social dapat membuat kesadaran bagi perusahaan atau industry untuk selalu memberikan hal positif bagi lingkungan dan sosial sehingga tidak hanya kepentingan hal keuangan saja. Pengungkapan *corporate social responsibility* meliputi lingkungan, energy, SDM (sumber daya manusia), produk, dan keterlibatan masyarakat atau sosial.

Menurut Daniri (dalam Novita dan Djakman, 2008), perusahaan saat ini tidak lagi ditekankan hanya pada tanggung jawab *single bottom line* yaitu pada nilai perusahaan yang dapat dilihat dari ukuran keuangan saja tetapi juga berpijak pada *tripel bottom line* yang terdiri dari nilai keuangan, sosial dan lingkungan. Tanpa memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan daerah sekitar, perusahaan tidak cukup menjamin nilai perusahaan hidup dan berkembang secara berkelanjutan (*sustainable*) jika hanya dengan ukuran keuangan saja.

Menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai: “*CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic*

development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”. Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus bisa berperan terhadap pembangunan ekonomi, bersamaan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas setempat dan masyarakat umum. Hal itu dapat dilakukan dengan cara mengerti hasrat atau keinginan dan kebutuhan pemegang saham atau pihak eksternal dan kemudian berkomunikasi serta berinteraksi dengan para pemegang saham atau pihak eksternal.

Indonesia telah mengatur perusahaan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, agar perusahaan memiliki kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan pertanggungjawaban sosial. Tetapi sebelum itu menurut Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) ada beberapa perusahaan yang telah menjalankan CSR tapi sangat minim atau sedikit yang mengungkapkannya kedalam sebuah laporan. Alasan mengapa hal itu terjadi mungkin karena belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil baik penyusun laporan maupun auditor. Hal lain di sektor pasar modal Indonesia belum adanya penerapan index untuk saham-saham perusahaan atau entitas yang telah menerapkan atau melaksanakan CSR (*Corporate Social Responsibility*), contohnya *Socially Responsible Investment Indeks* yang dimiliki New York Stock Exchange bagi saham-saham perusahaan atau entitas yang menerapkan *corporate social responsibility*.

Banyak para peneliti terdahulu yang menyatakan bahwa jumlah industri atau perusahaan yang mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial (*Corporate Social Responsibility*) pada laporan tahunan perusahaannya semakin bertambah. Banyak perusahaan atau entitas semakin menyadari pentingnya menerapkan dan melaksanakan program CSR atau pertanggungjawaban sosial sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Penelitian Basamalah

dan Jermias (2005) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan tanggungjawab sosial atau CSR adalah untuk alasan strategis. Bisa dibilang banyak industri atau entitas yang terdapat pada BEI yang melakukan praktek (*Corporate Social Responsibility*) atau pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunannya dalam persentase yang beragam, walaupun belum diwajibkan.

Perusahaan yang mempunyai nilai perusahaan baik lebih banyak memiliki tingkat *intellectual capital disclosure* yang luas. Nilai perusahaan yang maksimal dan baik akan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya kemakmuran dan kesejahteraan *stakeholder* maupun pihak eksternal lainnya. Sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Orenset *al.*, (2009) dan Ferchichi dan Paturel (2011) dalam Annisa (2015) menunjukkan pengungkapan modal intelektual memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian Healy dan Palepu (1993); Welker (1995); Botosan (1997); Healy *et al.* (1999) dalam Wahyu (2011) mengindikasikan bahwa pengungkapan modal intelektual yang makin tinggi akan memberikan informasi yang kredibel atau dapat dipercaya, dan akan mengurangi kesalahan investor dalam mengevaluasi harga saham perusahaan, sekaligus meningkatkan harga saham atau kapitalisasi pasar.

Tujuan perusahaan adalah salah satunya untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya, namun perusahaan tersebut tidak dapat dipisahkan dari masyarakat dan lingkungan atau disebut dengan CSR. (*Corporate Social Responsibility*). Pengungkapan *corporate social responsibility* meliputi rincian lingkungan, energy, produk dan keterlibatan masyarakat serta sumber daya manusia.

Penelitian ini pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* (CSRDI). CSRDI merupakan perbandingan antara jumlah item pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh perusahaan dengan jumlah item pertanggungjawaban sosial yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan. Jumlah item yang

digunakan dalam pengukuran ini merujuk kepada indikator yang ditetapkan oleh *Global Initiative Reporting* (GRI). Menurut Kiroyan dalam Suci (2014) perusahaan berharap jika dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab social perusahaan atau industri akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang lama. Hal tersebut menunjukkan perusahaan atau industry berharap akan dirasa bagus dan baik oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur serta pihak eksternal lainnya yang nantinya bisa memaksimalkan nilai perusahaan jika perusahaan atau entitas tersebut melaksanakan pertanggungjawaban sosial.

Penelitian terdahulu, Permanasari (2010) yang menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan mendapatkan kesimpulan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian tersebut, Novita (2010) juga menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Adanya perubahan atau fluktuasi pada nilai perusahaan serta ketidakkonsistenan antara beberapa hasil penelitian sebelumnya mendorong peneliti untuk meneliti kembali variabel-variabel tersebut. Ketidakkonsistenan tersebut muncul karena adanya perbedaan instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti-peneliti tersebut. Misalnya, dalam mengukur nilai perusahaan atau entitas beberapa peneliti menggunakan *Price Book Value* (PBV) sedangkan peneliti lainnya menggunakan Tobin's Q. Kedua proksi tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Namun, menurut Smithers dan Wright (2007) dalam Zuraedah (2010) Tobin's Q lebih mampu menggambarkan nilai perusahaan. Penyebab lainnya adalah perbedaan sampel yang digunakan serta tahun penelitiannya.

Penelitian ini alat ukur nilai perusahaan yang digunakan adalah Tobin's Q. Tobin's Q dipilih karena memiliki beberapa keunggulan seperti yang dijelaskan oleh Smithers dan Wright (2007) dalam Zuraedah (2010) dan Prasetyanto (2013) dalam Annisa (2015).

Pertama, Tobin's Q mencerminkan aset perusahaan secara keseluruhan. Kedua, Tobin's Q mencerminkan sentimen pasar, misalnya analisis dilihat dari prospek perusahaan. Ketiga, Tobin's Q mencerminkan modal intelektual perusahaan, dan yang terakhir Tobin's Q dapat mengatasi masalah dalam memperkirakan tingkat keuntungan atau biaya marjinal. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji pentingnya nilai perusahaan dalam pengambilan keputusan bagi calon investor.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pengungkapan Modal Intelektual dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan".

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan atau industri dinilai baik jika kinerja perusahaan juga baik. Perusahaan bisa dengan melakukan kinerja perusahaan berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Tiga modal dasar yang dibutuhkan perusahaan untuk mencapai tujuan yaitu modal fisik (*physical capital*), modal keuangan (*financial capital*), dan modal intelektual (*intellectual capital*). Perusahaan di Indonesia belum memberikan perhatian lebih terhadap *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital*. Padahal semua ini merupakan elemen pembangun IC perusahaan (Sawarjuono dan Kadir, 2003).

Disamping perusahaan yang tujuan utamanya meningkatkan perusahaan juga harus melihat tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sekitar. Tanggal 20 Juli 2007 pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melaksanakan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan berlakunya Undang-Undang PT ini diharapkan akan dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang semula bersifat

sukarela menjadi bersifat wajib bagi perusahaan atau entitas.

Atas dasar pernyataan dan uraian tersebut diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah di jelaskan di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan modal intelektual terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan perhatian lebih terhadap human capital, struktural capital, dan customer capital karena elemen-elemen tersebut sangat penting bagi perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.
2. Bagipenanam modal atau investor dan kreditur dapat memberikan pandangan yang baru dalam mempertimbangkan hal-hal yang perlu diperhitungkan dalam investasi atau memberikan pinjaman yang tidak hanya terpaku dalam hal ukuran keuangan saja.
3. Untuksosial masyarakat, akan memberikan pengalaman dan ilmu dengan cara lebih aktif sebagai pemonitor atau pengawas atas perilaku-perilaku perusahaan atau entitas serta lebih meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
4. Untuk instansi-instansi yang membuat pedoman, peraturan atau punstandar, misalnya IAI, Bapepam dan lain sebagainya, bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan standar akuntansi dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.
5. Untuk umum atau pembaca, semoga penelitian ini bisa membuat pembaca lebih banyak wawasan dan tambah pengalaman serta tambah ilmu yang nantinya dapat memberikan manfaat pada khalayak umumnya dan pribadi diri sendiri khususnya.