

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia selain istilah asuransi digunakan juga istilah petanggungan, pemakaian kedua istilah tersebut tampaknya mengikuti istilah dalam bahasa Belanda yaitu *assurantie* (asuransi) dan *verzekering* (petanggungan), karena memang asuransi berasal dari negeri Belanda.

Di Inggris digunakan istilah *insurance* dan *assurance* yang mempunyai pengertian sama. Istilah *insurance* digunakan untuk asuransi kerugian, sedangkan *assurance* digunakan untuk asuransi jiwa.

Menurut Abbas Salim (2007:1) mendefinisikan asuransi adalah sebagai berikut:

“Asuransi ialah suatu kemauan untuk menetapkan kerugian-kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai pengganti/substitusi kerugian-kerugian besar yang belum terjadi.”

Sedangkan menurut Herman Darmawi (2004:2) pengertian asuransi dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu:

1. Dalam pandangan ekonomi
2. Dalam pandangan hukum

3. Dalam pandangan bisnis
4. Dari sudut pandangan sosial
5. Dari sudut pandang matematika.

Pengertian asuransi dalam berbagai sudut pandang diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dalam pandangan ekonomi, asuransi merupakan suatu metode untuk mengurangi risiko dengan jalan memindahkan dan mengkombinasikan ketidakpastian akan adanya kerugian keuangan (*financial*). Jadi berdasarkan konsep ekonomi, asuransi berkaitan dengan pemindahan dan mengkombinasikan risiko.
2. Dalam pandangan hukum, asuransi merupakan suatu kontrak (perjanjian) pertanggungansan risiko antara tertanggung dengan penanggung. Penanggung berjanji akan membayar kerugian yang disebabkan risiko yang dipertanggungkan kepada tertanggung. Sedangkan tertanggung membayar premi secara periodik kepada penanggung. Jadi, tertanggung mempertukarkan kerugian besar yang mungkin terjadi dengan pembayaran tertentu yang relatif kecil.
3. Dalam pandangan bisnis, asuransi adalah sebuah perusahaan yang usaha utamanya menerima/menjual jasa , pemindahan risiko dari pihak lain, dan memperoleh keuntungan dengan berbagi risiko (*sharing of risk*) di antara sejumlah besar nasabahnya. Selain itu, asuransi juga merupakan lembaga

keuangan bukan bank yang kegiatannya menghimpun dana (berupa premi) dari masyarakat yang kemudian menginvestasikan dana itu dalam berbagai kegiatan ekonomi (perusahaan).

4. Dari sudut pandangan sosial, asuransi didefinisikan sebagai organisasi sosial yang menerima pemindahan risiko dan mengumpulkan dana dari anggota-anggotanya guna membayar kerugian yang mungkin terjadi pada masing-masing anggota tersebut.
5. Dari sudut pandang matematika, asuransi merupakan aplikasi matematika dalam memperhitungkan biaya dan faedah pertanggungan risiko. Hukum probabilitas dan teknik statistik dipergunakan untuk mencapai hasil yang dapat diramalkan.

Dari pengertian asuransi diatas dapat disimpulkan bahwa asuransi adalah suatu alat untuk mengumpulkan risiko yang melekat pada perekonomian dengan cara menggabungkan sejumlah unit-unit yang terkena risiko yang sama atau hampir sama dalam jumlah yang cukup besar agar probabilitas kerugiannya dapat diramalkan dan bila kerugian yang diramalkan terjadi akan dibagi secara proporsional oleh semua pihak dalam gabungan ini.

Menurut Salusra Satria (1994 : 5) mendefinisikan *Early Warning System* adalah sebagai berikut:

“*Early Warning System* (EWS) adalah tolak ukur perhitungan dari *The National Association of Insurance Commissioners* (NAIC) atau lembaga

pengawas badan usaha asuransi Amerika Serikat dalam mengukur kinerja keuangan dan menilai tingkat kesehatan perusahaan asuransi. Sistem ini dapat memberikan peringatan dini terhadap kemungkinan kesulitan keuangan dan operasi perusahaan asuransi di masa yang akan datang. Karena hasil dari EWS dapat memberikan “peringatan” dini (*early warning*) maka sistem tersebut dapat juga dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan asuransi untuk menganalisis kinerja perusahaannya.”

EWS dibuat pada awal dekade 70-an dan mulai digunakan untuk menganalisis laporan keuangan untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember 1977, dan berdasarkan analisis yang dihasilkannya, disempurnakan terus setiap tahunnya.

Negara-negara lain di luar Amerika Serikat yang menerapkan sistem ini melakukan sedikit modifikasi terhadap rasio-rasio yang digunakan sesuai kebutuhan. EWS yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah modifikasi dari EWS yang dibuat oleh NAIC sesuai dengan kondisi dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Di banyak negara perhitungan EWS digunakan untuk membantu pengawas asuransi (*insurance commissioner*) mengukur kinerja keuangan dan menilai tingkat kesehatan perusahaan asuransi dengan mendeteksi lebih awal kekurangcairan keuangan di masa yang akan datang (*impending insolvency*),

mengidentifikasi perusahaan yang membutuhkan pemantauan lebih ketat dan perhatian segera, serta menentukan tingkatan (*grading*) perusahaan-perusahaan asuransi.

Corporate Social Responsibility dalam sebuah perusahaan agar meminimalisir dampak negatif pada masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang sesuai dengan isi Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Undang-undang tersebut mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menurut Kotler dan Nancy (2005) *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan.

Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Menurut konsep CSR sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai

perusahaan juga tinggi. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore, 2005). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Menurut Husnan (2000) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan menurut Keown (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Perusahaan asuransi harus memperhatikan biaya *Corporate social responsibility*, dan nilai perusahaan agar menghasilkan kinerja keuangan yang baik sehingga dapat memaksimalkan profit. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan merupakan faktor penting untuk menilai keseluruhan kinerja perusahaan itu sendiri. Salah satu pengukuran kinerja keuangan asuransi dilakukan dengan cara penghitungan *early warning system* (EWS).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ini melakukan penelitian yang berjudul:

“Pengaruh kinerja keuangan dengan metode *early warning system* dan biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah dijelaskan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana perkembangan kinerja keuangan dengan metode *early warning system* pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013?
2. Bagaimana perkembangan biaya *corporate social responsibility* pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013?

3. Bagaimana perkembangan nilai perusahaan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013?
4. Seberapa besar pengaruh kinerja keuangan dengan metode *early warning system* dan biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013 secara parsial dan simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pemikiran yang telah diutarakan, maka penulis tertarik membuat tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui perkembangan kinerja keuangan dengan metode *early warning system* pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013?
2. Untuk mengetahui perkembangan biaya *corporate social responsibility* pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013?
3. Untuk mengetahui perkembangan nilai perusahaan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja keuangan dengan metode *early warning system* dan biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013 secara parsial dan simultan?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat bagi:

1. Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan praktis dengan terjun langsung mempraktekkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama kuliah pada kondisi dunia asuransi yang sesungguhnya, terutama yang berhubungan dengan kinerja keuangan dengan metode *early warning system*, biaya *Corporate Social Responsibility*, dan nilai perusahaan.

2. Bagi Akademis

Mengembangkan pengetahuan mengenai asuransi khususnya kinerja keuangan dengan metode *early warning system*, biaya *Corporate Social Responsibility*, dan nilai perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Memberikan kontribusi pemikiran tentang pentingnya kinerja keuangan dengan metode *early warning system* dan biaya *corporate social responsibility* yang diungkapkan di dalam laporan perusahaan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan dan meningkatkan kinerja pada perusahaan.

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian kali ini, analisis rasio keuangan yang akan digunakan adalah analisis rasio dengan metode *Early Warning System*.

Salusra Satria (1994 : 67-71) mengemukakan bahwa *Early Warning System* terdiri dari :

1. Rasio margin solvensi
2. Rasio tingkat kecukupan dana
3. Rasio perusahaan surplus
4. Rasio *underwriting*
5. Rasio beban klaim
6. Rasio komisi
7. Rasio biaya manajemen
8. Rasio pengembalian investasi
9. Rasio kewajiban terhadap asset yang diperkenankan
10. Rasio tagihan premi langsung terhadap surplus
11. Rasio piutang premi terhadap surplus
12. Rasio pertumbuhan premi
13. Rasio retensi sendiri
14. Rasio cadangan teknis

Menurut Satria (2006:12), *Early Warning System* adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk menganalisis laporan keuangan dan mengolahnya menjadi suatu informasi yang berguna untuk dijadikan suatu sistem pengawasan bagi kinerja keuangan perusahaan asuransi yang bersangkutan.

Menurut Munawir (2007:82), *Early Warning System* merupakan suatu sistem yang menghasilkan rasio-rasio keuangan dari perusahaan asuransi yang dibuat berdasarkan informasi dari laporan keuangan perusahaan dan bertujuan untuk memudahkan melakukan identifikasi terhadap hal-hal penting yang berkaitan dengan kinerja keuangan perusahaan.

Sistem ini menghasilkan rasio-rasio dari perusahaan asuransi kerugian yang dibuat berdasarkan informasi dari laporan keuangan perusahaan yang dikirimkan kepada dewan pengawas industri asuransi. Tujuan dari pembuatan rasio-rasio ini adalah untuk memudahkan lembaga pengawas asuransi melakukan identifikasi terhadap hal-hal penting yang berkaitan dengan pembinaan dan pengawasan industry asuransi.

Selain melaksanakan Kinerja keuangan dengan baik, Perusahaan asuransi pun harus memiliki tanggung jawab sosial, bentuk pertanggungjawaban ini dilakukan oleh perusahaan asuransi dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan bantuan dana, karena *stockholder* lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen.

Tanggung jawab perusahaan yang baik atau CSR yang baik (good CSR) memadukan empat prinsip good corporate governance, yakni fairness, transparency, accountability, dan responsibility, secara harmonis. Ada perbedaan mendasar di antara keempat prinsip tersebut (Supomo, 2004). Tiga prinsip pertama cenderung bersifat shareholders-driven karena lebih memerhatikan kepentingan pemegang saham perusahaan. Sebagai contoh, fairness bisa berupa perlakuan yang adil terhadap pemegang saham minoritas; transparency menunjuk pada penyajian laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu; sedangkan accountability diwujudkan dalam bentuk fungsi dan kewenangan RUPS, komisaris, dan direksi yang harus dipertanggung jawabkan.

Berdasarkan konsep Triple Bottom Line (John Elkington, 1997) atau tiga faktor utama operasi dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia (People, Profit, and Planet), program tanggung jawab sosial penting untuk diterapkan oleh perusahaan karena keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak bisa begitu saja mengabaikan peranan stakeholders (konsumen, pekerja, masyarakat, pemerintah, dan mitra bisnis) dan shareholders dengan hanya mengejar profit semata. Jika perusahaan mengabaikan keseimbangan Triple Bottom Line maka akan terjadi gangguan pada manusia dan lingkungan sekitar perusahaan yang dapat menimbulkan reaksi seperti demo masyarakat sekitar atau kerusakan

lingkungan sekitar akibat aktifitas perusahaan yang mengabaikan keseimbangan tersebut. Jadi, ada atau tidaknya sebuah peraturan yang mewajibkan sebuah perusahaan yang menjalankan program tanggung jawab sosial atau tidak sebenarnya tidak akan terlalu membawa perubahan karena jika perusahaan tidak menjaga keseimbangan antara people, profit, dan planet maka cepat atau lambat pasti akan timbul reaksi dari pihak yang dirugikan kepada perusahaan tersebut. Melaksanakan program tanggung jawab sosial sangat penting dilakukan khususnya bagi perusahaan kecil atau startup (perusahaan yang baru berdiri) yang masih memulai langkahnya dalam pengembangan usahanya, karena dari program tanggung jawab sosial ini secara tidak langsung perusahaan tersebut memperkenalkan diri kepada masyarakat dan konsumen sehingga nantinya konsumen mengetahui dan mengenal perusahaan tersebut. Adapun beberapa alasan suatu perusahaan melakukan program tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut :

1. Alasan sosial

Perusahaan melaksanakan CSR untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Sebagai pihak luar yang beroperasi di wilayah orang lain, perusahaan dituntut untuk berlaku etis terhadap masyarakat sekitarnya. Perusahaan harus ikut serta dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan.

2. Alasan ekonomi.

Motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada motif mencari keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun image positif yang pada akhirnya tetap bertujuan untuk meningkatkan profit.

3. Alasan hukum

UU PT No.40 Pasal 74 yang berisi kewajiban pelaksanaan CSR bagi perusahaan-perusahaan yang terkait dengan sumber daya alam memperkuat pernyataan perusahaan melakukan CSR karena alasan hukum. CSR dilakukan perusahaan karena adanya tuntutan yang jika tidak dilakukan akan dikenai sanksi atau denda. Adapun isi dari pasal tersebut antara lain :

- a. Ayat 1, menjelaskan bahwa perseroan menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- b. Ayat 2, menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Ayat 3, menggariskan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Moralitas

Perusahaan harus bertanggung jawab kepada banyak pihak yang berkepentingan terutama terkait dengan nilai-nilai moral dan keagamaan yang dianggap baik oleh masyarakat. Hal tersebut bersifat tanpa mengharapkan balas jasa.

5. Pemurnian Kepentingan Sendiri

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan karena pertimbangan kompensasi. Perusahaan berharap akan dihargai karena tindakan tanggung jawab mereka baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

6. Teori Investasi

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap stakeholder karena tindakan yang dilakukan akan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan.

7. Mempertahankan otonomi

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap stakeholder untuk menghindari campur tangan kelompok-kelompok yang ada didalam lingkungan kerja dalam pengambilan keputusan manajemen.

Archie B. Carrol memberi justifikasi teoritis dan logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya. Dalam pandangan Carrol, CSR adalah puncak piramida yang erat terkait, dan bahkan identik dengan, tanggungjawab filantropis.

1. Tanggungjawab ekonomis.

Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah fondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.

2. Tanggungjawab legal.

Kata kuncinya: *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.

3. Tanggungjawab etis.

Kata kuncinya: *be ethical*. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan.

4. Tanggungjawab filantropis.

Kata kuncinya: *be a good citizen*. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua pegawai yang bekerja

di perusahaan memiliki tanggungjawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah non-fiduciary responsibility. (Saidi, 2004:59-60)

Dalam buku, “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR”, Yusuf Wibisono (2007) menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program Corporate Social Responsibility, yaitu:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan.

Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak image dan reputasi positif perusahaan. Image / citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.

2. Layak Mendapatkan sosial licence to operate

Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.

3. Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan

Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan stakeholders akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk recovery akan jauh lebih berlipat bila

dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program Corporate Social Responsibility. Oleh karena itu, pelaksanaan Corporate Social Responsibility sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholders perlu mendapat perhatian.

4. Melebarkan Akses Sumber Daya

Track records yang baik dalam pengelolaan Corporate Social Responsibility merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

5. Membentangkan Akses Menuju Market

Investasi yang ditanamkan untuk program Corporate Social Responsibility ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

6. Mereduksi Biaya

Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan Corporate Social Responsibility. Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

7. Memperbaiki Hubungan dengan Stakeholder

Implementasi Corporate Social Responsibility akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan stakeholder, dimana komunikasi ini akan semakin menambah trust stakeholders kepada perusahaan.

8. Memperbaiki Hubungan dengan Regulator

Perusahaan yang melaksanakan Corporate Social Responsibility umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai regulator yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Image perusahaan yang baik di mata stakeholders dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.

10. Peluang Mendapatkan Penghargaan

Banyaknya penghargaan atau reward yang diberikan kepada pelaku Corporate Social Responsibility sekarang, akan menambah kans bagi perusahaan untuk mendapatkan award.

Untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility*, perusahaan perlu melakukan pembiayaan terhadap kegiatan tersebut dan besarnya biaya tersebut akan mempengaruhi pada kans perusahaan.

Dalam melaksanakan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*/tanggung jawab sosialnya, perusahaan tentunya akan mengeluarkan biaya-biaya yang sering disebut biaya sosial biaya ini timbul apabila terdapat dampak sosial yang ditimbulkan oleh suatu perusahaan.

Dalam jangka panjang tujuan perusahaan adalah memaksimumkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin

sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya.

Pengertian nilai perusahaan menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2002:7) menyatakan bahwa :

“Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan”.

Sedangkan pengertian nilai perusahaan menurut Agus Sartono (2001:487) menyatakan bahwa :

“Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi”.

Memaksimumkan nilai perusahaan (atau harga saham) tidak identik dengan memaksimumkan laba per lembar saham (*earning per share*, EPS).

Hal ini karena disebabkan oleh :

1. Memaksimumkan EPS mungkin memusatkan pada EPS saat ini.
2. Memaksimumkan EPS mengabaikan nilai waktu uang.
3. Tidak memperhatikan faktor risiko.

Perusahaan mungkin memperoleh EPS yang tinggi pada saat ini, tetapi apabila pertumbuhannya diharapkan rendah, maka dapat saja harga sahamnya

lebih rendah apabila dibandingkan dengan perusahaan yang saat ini mempunyai EPS yang lebih kecil. Dengan demikian memaksimumkan nilai perusahaan juga tidak identik dengan memaksimumkan laba, apabila laba diartikan sebagai laba akuntansi (yang bisa dilihat dalam laporan rugi laba perusahaan).

Sebaliknya memaksimumkan nilai perusahaan identik dengan memaksimumkan laba dalam pengertian ekonomi (*economic profit*). Hal ini disebabkan karena laba ekonomi diartikan sebagai jumlah kekayaan yang bisa dikonsumsi tanpa membuat pemilik kekayaan tersebut menjadi lebih miskin.

Para akademisi dan analis di bidang keuangan mengembangkan berbagai konsep nilai sebagai upaya memahami tingkah laku harga saham. Berikut beberapa diantaranya adalah :

1. Nilai Ekonomi

Konsep ini berkaitan dengan kemampuan dasar suatu aktiva untuk memberikan aliran arus kas sesudah pajak kepada yang memilikinya. Nilai ekonomi pada dasarnya merupakan konsep pertukaran, nilai suatu barang didefinisikan sebagai jumlah kas yang ingin diserahkan pembeli saat ini yaitu nilai sekarangnya untuk dipertukarkan dengan suatu pola arus kas masa depan yang diharapkan. Nilai ekonomi mendasari beberapa konsep umum nilai

lainnya karena nilai ekonomi didasarkan pada logika pertukaran yang sangat alami dalam proses penginvestasian dana.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar sering disebut kurs, adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar. Juga dikenal sebagai nilai pasar wajar, yaitu setiap aktiva atau kumpulan aktiva, pada saat diperdagangkan dalam pasar yang terorganisasi atau diantara pihak-pihak swasta dalam suatu transaksi tanpa beban dan tanpa paksaan.

3. Nilai Intrinsik

Merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu saham sebagai wakil dari nilai perusahaan. Makna nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan asset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Likuidasi

Nilai ini berkaitan dengan kondisi khusus mana kala suatu perusahaan harus melikuidasikan sebagian atau seluruh aktiva serta tagihan-tagihannya. Nilai likuidasi hanya dapat dipakai untuk kegunaan yang terbatas. Meskipun demikian, nilai likuidasi kadang-kadang dipergunakan dalam menilai aktiva dari perusahaan yang belum diketahui untuk melaksanakan analisis

perbandingan dalam penilaian kredit. Nilai likuidasi bisa dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku. Yaitu dari neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan menjelang proses likuidasi.

5. Nilai Nominal

Nilai nominal lebih dikenal oleh banyak orang. Hal ini mungkin karena besaran itu tercantum secara formal dalam anggaran dasar perusahaan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif. Nilai nominal memiliki beberapa fungsi yuridis antara lain menunjukkan jumlah nominal yang harus disetor pemegang saham dalam memenuhi kewajibannya, juga memperlihatkan besarnya porsi kepemilikan seorang pemegang saham terhadap perusahaan.

6. Nilai Pemecahan

Konsep nilai pemecahan berkaitan dengan pengambilalihan (*take over*) dan restrukturisasi aktivitas perusahaan. Dengan asumsi bahwa kombinasi nilai ekonomi dari masing-masing segmen multi usaha melebihi nilai perusahaan secara keseluruhan, karena manajemen masa lalu yang tidak cakap ataupun kesempatan-kesempatan saat ini yang tidak diketahui lebih awal, perusahaan dipecah menjadi komponen-komponen yang dapat dijual untuk dilepaskan kepada pembeli lain.

7. Nilai Reproduksi

Ini merupakan jumlah yang diperlukan untuk menggantikan aktiva tetap yang sejenis. Nilai reproduksi pada kenyataannya adalah salah satu dari beberapa tolak ukur yang digunakan dalam mempertimbangkan nilai perusahaan yang masih berjalan. Penetapan nilai reproduksi adalah suatu estimasi yang sebagian besar didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan teknik.

8. Nilai berkelanjutan

Ini merupakan penerapan dari nilai ekonomi karena perusahaan yang masih berjalan diharapkan menghasilkan rangkaian arus kas dimana pembeli harus menilai untuk memperkirakan harga dari perusahaan tersebut secara keseluruhan.

Dalam reorganisasi keuangan, faktor utama yang harus diperhatikan adalah menyangkut penentuan nilai perusahaan. Hal ini sangat penting terutama dalam rangka penjualan perusahaan, *private placement*, ataupun *go public*.

Nilai dari suatu perusahaan tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan arus kas tetapi juga bergantung pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan yang diambil alih.

Menurut Arthur J Keown, et al (2000:849) menyatakan bahwa terdapat beberapa alternatif untuk menilai perusahaan diantaranya adalah :

1. *Price Book Value*

Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh.

2. Nilai Buku

Secara sederhana bisa dihitung dengan cara membagi selisih antara total aktiva dengan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

Nilai buku tidak menghitung nilai pasar dari suatu perusahaan secara keseluruhan karena didasarkan pada data historis yang ada di dalam perusahaan. Walaupun nilai buku dari suatu perusahaan secara jelas bukanlah faktor yang penting sebaiknya jangan diabaikan. Nilai buku dapat digunakan sebagai titik permulaan untuk dibandingkan dengan analisa yang lain.

3. *Enterprise Value*

Atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena *enterprise value* merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Hal ini karena dalam perhitungan *enterprise value* dimasukan juga faktor-faktor yang tidak dimasukan dalam perhitungan kapitalisasi pasar suatu perusahaan.

4. *Price Earning Ratio Method*

Alternatif ini memerlukan informasi mengenai proyeksi *futures earning* perusahaan, *expected return for equity investment*, *expected return on investment* dan *historical price earning ratio*. Informasi-informasi tersebut

digunakan untuk menentukan target *price earning ratio* dan kemudian dibandingkan dengan rata-rata industrinya.

5. *Discounted Cashflow Approach*

Melalui cara ini penilai akan mendiskontokan *expected cashflow* dan membandingkannya dengan market value perusahaan.

6. Nilai Appraisal

Nilai appraisal suatu perusahaan dapat diperoleh dari perusahaan *appraisal independent*. Nilai ini sering dihubungkan dengan biaya penempatan. Nilai appraisal dari suatu perusahaan akan bermanfaat sewaktu digunakan dalam hubungannya dengan metode penilaian yang lain. Nilai appraisal juga akan berguna dalam situasi tertentu seperti dalam perusahaan keuangan, perusahaan sumber daya alam atau organisasi yang beroperasi dalam keadaan rugi.

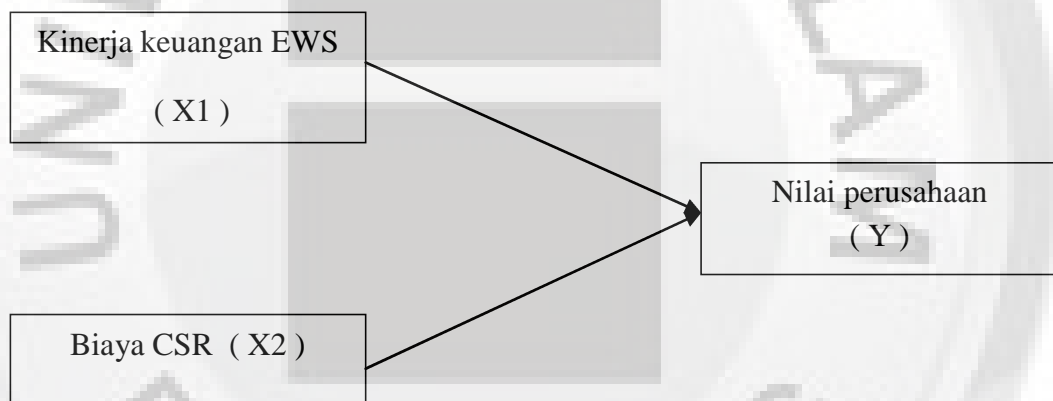
7. Nilai Pasar saham

Nilai pasar saham sebagaimana dinyatakan dalam kuotasi pasar modal adalah pendekatan lain untuk memperkirakan nilai bersih dari suatu bisnis. Pendekatan nilai adalah salah satu yang paling sering dipergunakan dalam menilai perusahaan besar dan sering juga digunakan untuk menentukan harga perusahaan.

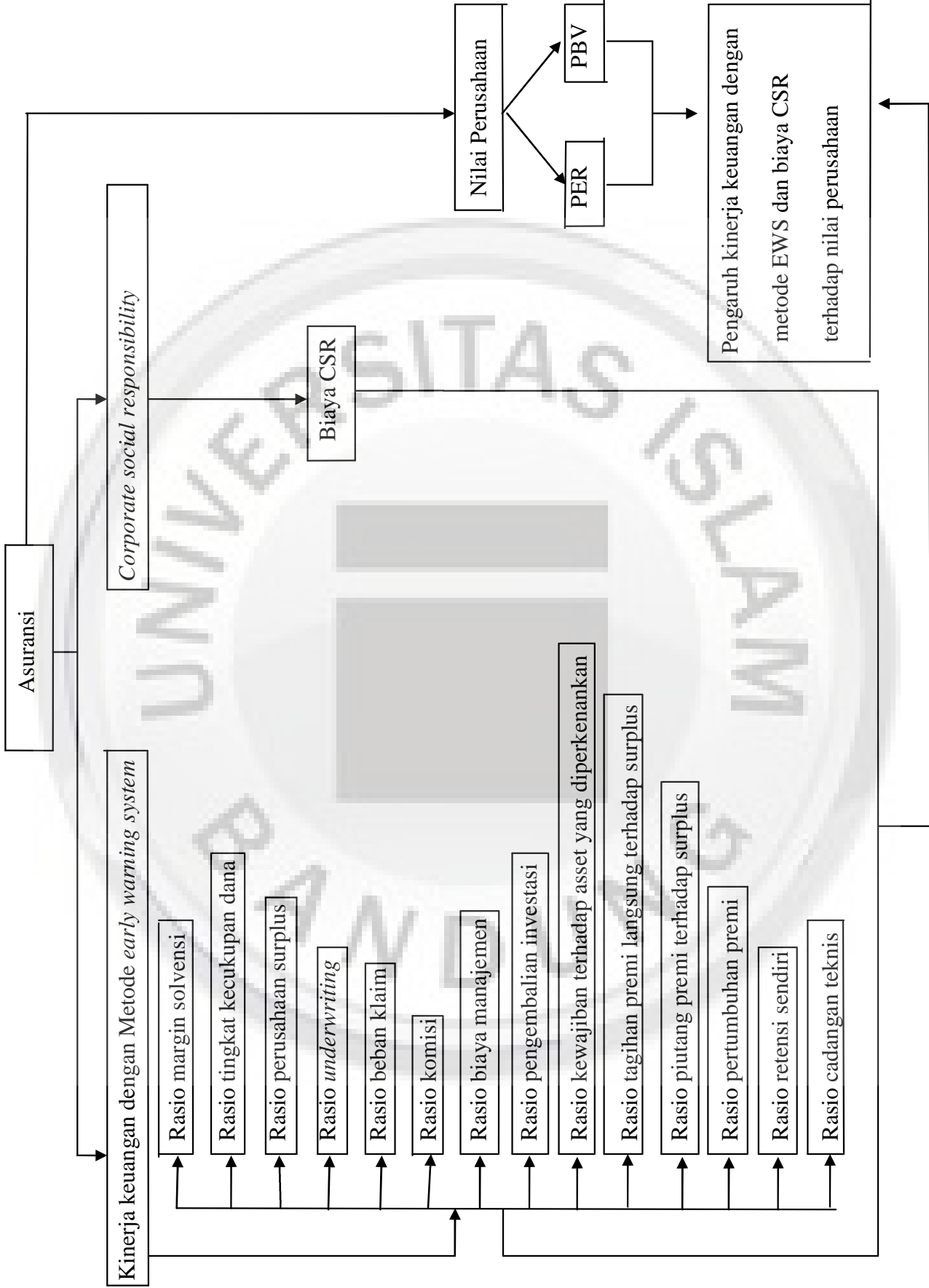
8. Nilai *Chop-Shop*

Pendekatan *chop-shop* pertama kali diperkenalkan oleh Dean Lebaron dan Lawrence Speidell of Batterymarch Management. Secara khusus ia menekankan untuk mengidentifikasi perusahaan multi industri yang berada di bawah nilai dan akan bernilai lebih apabila dipisahkan menjadi bagian-bagian.

Indikator Nilai perusahaan yang di teliti dalam penelitian ini adalah *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price Book Value* (PBV).



Gambar 1.1 Model penelitian



Gambar 1.2 Paradigma Kerangka Pemikiran

Keterangan : PER adalah *Price earning ratio*

PBV adalah *Price book value*

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. *Independent variable* (X) yaitu variable-variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variable Y (nilai perusahaan) perusahaan asuransi yang diteliti. Variable bebas tersebut terdiri dari $X_1 = \text{KINERJA KEUANGAN DENGAN METODE EARLY WARNING SYSTEM (EWS)}$, $X_2 = \text{BIAYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)}$
2. *Dependent variable* (Y) yaitu variable yang dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variable X (Kinerja keuangan dengan metode EWS, biaya CSR) variable terikat dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan pada perusahaan asuransi.

Tabel 1.1 Peneliti Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Faisal fauzan, Nadirsyah, Muhammad arfan. Akuntansi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh	PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN KINERJA KEUANGAN <i>EARLY WARNING SYSTEM</i> TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan <i>early warning system</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Gusti Ayu Made Ervina, Rosiana, Gede Juliarsa, Maria M Ratna Sari. Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Udayana, Bali.	PENGARUH PENGUNGKAPAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI.	Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Rimba Kusumadilaga, Fakultas Ekonomi,	PENGARUH <i>CORPORATE SOCIAL</i>	Penelitian ini menunjukkan variabel

Universitas Diponegoro, Semarang.	<i>RESPONSIBILITY</i> TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING.	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
--------------------------------------	--	---

1.5.2 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau kesimpulan sementara atas masalah yang hendak diteliti. Perumusan hipotesis dilakukan berdasarkan pada literature yang telah ada. Hipotesis-hipotesis yang dibentuk dalam penelitian ini didasarkan pada teori yang telah dijelaskan terlebih dahulu diatas, sehingga diharapkan hipotesis tersebut cukup valid untuk diuji. Berdasarkan dari teori yang telah dijelaskan, maka dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis-hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Terdapat pengaruh antara Kinerja keuangan dengan metode *early warning system*, biaya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.