

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah go public. Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut agency problem. Tidak jarang pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham.

Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut agency conflict, hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Wien Ika Permanasari, 2010: 1).

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Jensen (2001) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai

perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua stakeholder, di mana manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan. Bringham Gapensi (1996) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Pelaporan merupakan komponen penting dalam kegiatan berorganisasi, baik sebagai media pengungkapan (*disclosure*) maupun perangkat evaluasi dan monitoring bagi perusahaan terbuka. Termasuk di antaranya yang akan menjadi wilayah publik, seperti laporan keuangan, laporan tahunan (*Annual Report*) maupun laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*) yang menjadi penilaian awal atas kredibilitas suatu perusahaan. Pada umumnya, laporan keuangan merupakan referensi utama bagi para investor/calon investor dalam menilai kinerja perusahaan dan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan.

Namun dalam kurun waktu terakhir, khususnya di Indonesia, pelaporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) mulai mendapat perhatian khususnya dari kalangan investor. Investor tidak lagi hanya mengandalkan laporan keuangan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, arus kas, dan catatan atas laporan keuangan sebagai alat untuk mengambil keputusan investasi.

Bagi perusahaan, pelaporan berkelanjutan bisa dijadikan sebagai alat untuk meyakinkan pemegang saham (investor) dan calon investor. Laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) merupakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *The Global Reporting Initiative* (GRI) yang bermarkas di Belanda, mengembangkan *framework sustainability report* yang menjadi pedoman perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan *sustainability reporting*.

Implementasi pelaporan berkelanjutan di Indonesia didukung oleh sejumlah aturan seperti UU No 23/1997 tentang manajemen lingkungan, aturan yang dikeluarkan Bursa Efek Indonesia mengenai prosedur dan persyaratan listing dan PSAK (Sihotang, 2008) dalam Budiman (2009). Pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perseroan terbatas di Indonesia telah diwajibkan melalui Pasal 66 Ayat 2 Undang-undang No.40/2007 tentang Perseroan Terbatas. Sejak beberapa tahun terakhir Bapepam-LK telah pula mengeluarkan aturan yang mengharuskan emiten mengungkapkan pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di dalam laporan tahunan perusahaan.

Dalam menerbitkan *Sustainability Report*, didalamnya perusahaan juga memuat aspek-aspek diantaranya *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, dan Ukuran Perusahaan. Dimana dalam ketiga aspek tersebut diharapkan terdapat hubungan dengan pengungkapan *Sustainability Reporting* yang akan dikeluarkan perusahaan ke ranah publik. *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada aspek keuntungan semata,

yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan, namun juga harus memperhatikan aspek social dan lingkungannya. Konsep *Corporate Social Responsibility* menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para stakeholders yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan (Luhglatno, 2007).

*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Konsep CSR mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Pemikiran yang melandasi adanya Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (shareholder), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang

berkepentingan (stakeholder). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, supplier dan juga competitor (Rika dan Islahuddin, 2008).

Dalam pengoprasian usahanya sebuah perusahaan membutuhkan organisasi dan orang-orang yang berkompeten pernyataan ini tertuang dalam konsep *Good Corporate Governance*. *Good Corporate Governance* (GCG) yaitu sebuah konsep yang menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder-nya*, sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerja sama yang aktif dengan *stakeholder-nya* demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Menurut Khaihatu (2006) dikutip dalam Waryanto (2010) mekanisme GCG akan bermanfaat dalam mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga menciptakan nilai tambah untuk semua *stakeholders*. Untuk mendukung hal tersebut, pelaksanaan GCG harus didukung dengan struktur *corporate governance* terdiri dari organ utama, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Direksi, dan Dewan Komisaris. Serta organ perusahaan lain yang membantu terwujudnya *good governance* seperti sekretaris perusahaan, komite audit, dan komite-komite lain yang membantu pelaksanaan GCG.

Ada beberapa prinsip yang dibutuhkan untuk membangun suatu budaya bisnis yang sehat, yaitu transparansi (*transparency*), kemandirian (*independency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*) dan kewajaran (*fairness*). Kelima prinsip ini kemudian dikenal sebagai prinsip-prinsip GCG. Menurut Surat Keputusan Menteri BUMN Kep-117/M-MBU/2002 tanggal 1

Agustus 2002 pasal 3 tentang penerapan praktik *Good Corporate Governance* terdapat lima prinsip GCG, meliputi:

1. Transparansi (*tranparancy*), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi meteril dan relevan mengenai perusahaan.
2. Kemandirian (*independency*), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh maupun tekanan dari pihak maupun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangam yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
3. Akuntabilitas (*accountability*), yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organisasi sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
4. Pertanggungjawaban (*responsibility*), yaitu kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
5. Kewajaran (*fairness*), yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* lainnya yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Prinsip-prinsip dasar dari *Good Corporate Governance* (GCG) pada dasarnya memiliki tujuan untuk memberikan kemajuan terhadap kinerja suatu perusahaan. Tidak dilaksanakannya prinsip-prinsip tersebut, akan tercermin dari kurang tersedianya informasi untuk melaksanakan analisis risiko atau hasil

investasi yang berlebihan pada sumber daya yang tidak produktif yang pada akhirnya menurun atau pudarnya kepercayaan pemodal.

Para pelaku usaha menilai GCG hanya sebatas kepatuhan terhadap peraturan yang kurang memberikan dampak langsung terhadap kinerja keuangan seperti halnya dalam kegiatan pemasaran. Sehingga ini menjadi alasan mengapa GCG kurang maksimal dalam hal implementasinya di kalangan perusahaan-perusahaan Indonesia. Suatu hal yang sangat kontradiktif, dimana di satu sisi penerapan GCG diyakini sangatlah penting dalam pencapaian tujuan perusahaan yang berkelanjutan, namun di sisi lain, banyak pelaku usaha yang enggan menerapkannya secara sungguh-sungguh dengan alasan dampak yang ditimbulkan kurang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kontradiksi tersebut menjadi salah satu latar belakang ditelitinya pengaruh penerapan good corporate governance terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini, faktor endogenitas yang mempengaruhi penerapan good corporate governance yaitu growth opportunity (kesempatan pertumbuhan) dan firm's size (ukuran perusahaan) ditambahkan sebagai variabel bebas yang berfungsi untuk mengontrol variabel penerapan GCG.

Menurut BPKP, latar belakang kebutuhan atas GCG, dari latar belakang praktis, dilihat dari pengalaman Amerika Serikat yang harus melakukan restrukturisasi corporate governance akibat market crash pada tahun 1929. Dari latar belakang akademis, kebutuhan GCG timbul berkaitan dengan principal-agency theory. Implementasi dari GCG diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan. GCG diharapkan mampu mengusahakan

keseimbangan antara berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan secara menyeluruh.

Dalam penerapan *Good Corporate Governance* ukuran perusahaan merupakan penunjang bagaimana perusahaan tersebut dapat menerapkan *Good Corporate Governance* didalam perusahaannya. ukuran perusahaan merupakan suatu skala atau nilai dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecilnya berdasarkan total aktiva, *log size*, nilai saham, dan lain sebagainya. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar, jika semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasarnya maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ketiga variabel tersebut dapat digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar ukuran perusahaan tersebut, misal semakin besar aktiva maka akan semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka akan semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat.

Ukuran perusahaan sangat berpengaruh kepada struktur pendanaan dengan didasarkan pada kenyataan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan ada kecenderungan untuk menggunakan jumlah pinjaman yang lebih besar pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar memiliki kebutuhan dana yang besar. Dan salah satu pemenuhan dana yang tersedia adalah dengan pendanaan eksternal. Pendanaan eksternal ini dapat diperoleh dari penerbitan saham, penerbitan obligasi dan hutang, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan pendanaan

tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas implementasi *corporate governance* dalam menjalankan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, penyusun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

**“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *GCG*, dan *UKURAN PERUSAHAAN* TERHADAP *PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORTING* dan *NILAI PERUSAHAAN* dengan *METODE TOBINS’ Q* sebagai *VARIABEL MODERATING* (Studi Kasus pada perusahaan yang terdaftar dan bertahan dalam *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* selama periode 2009-2013)”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latarbelakang di atas maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan *Ukuran Perusahaan* pada perusahaan yang bertahan dalam *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* periode 2009-2013?
2. Bagaimana pengungkapan *Sustainability Report* pada perusahaan yang bertahan dalam *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* periode 2009-2013?
3. Bagaimana perkembangan *Nilai Perusahaan* dengan *Metode Tobins’Q* pada perusahaan yang bertahan dalam *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* periode 2009-2013?

4. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *GCG*, Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Sustainability Report* pada perusahaan yang bertahan dalam Corporate Governance Perception Index (CGPI) periode 2009-2013 baik secara simultan maupun parsial?
5. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *GCG*, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan setelah adanya variabel moderating pada perusahaan yang bertahan dalam Corporate Governance Perception Index (CGPI) periode 2009-2013?

### 1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap hal-hal tersebut diatas, antara lain:

1. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan pada perusahaan yang bertahan dalam Corporate Governance Perception Index (CGPI) periode 2009-2013.
2. Untuk mengetahui pengungkapan *Sustainability Report* pada perusahaan yang bertahan dalam Corporate Governance Perception Index (CGPI) periode 2009-2013.
3. Untuk mengetahui *Nilai Perusahaan* dengan Metode Tobins'Q pada perusahaan yang bertahan dalam Corporate Governance Perception Index (CGPI) periode 2009-2013.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan

*Sustainability Reporting* pada perusahaan yang bertahan dalam Corporate Governance Perception Index (CGPI) periode 2009-2013 baik secara simultan maupun parsial.

5. Untuk mengetahui pengaruh antara *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan setelah adanya variabel moderating yang bertahan dalam Corporate Governance Perception Index (CGPI) periode 2009-2013.

#### **1.4 Manfaat**

Manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan terhadap *Sustainability Reporting* dan Nilai Perusahaan dengan metode Tobins' q sebagai Variabel Moderating pada perusahaan yang bertahan dalam Corporate Governance Perception Index (CGPI) periode 2009-2013. Penelitian ini juga sebagai sarana penulis untuk menambah keterampilan penelitian di bidang keuangan.

2. Bagi lembaga keuangan

Sebagai masukan bagi lembaga keuangan mikro, dalam peningkatan dan pengembangan mengenai *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan sehingga dapat mencapai kinerja yang baik.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan memberikan informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya terhadap hal-hal yang belum terungkap dalam penulisan ini.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

CSR merupakan praktek bisnis transparan, yang didasarkan pada nilai-nilai etika, dengan memberikan perhatian pada karyawan, masyarakat dan lingkungan, serta dirancang untuk dapat melestarikan masyarakat secara umum dan juga para pemegang saham (CSRwire, 2005).

Menurut (Boone & Kurtz, 2002) CSR adalah penerimaan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan sosial sebagai nilai yang sepadan dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

Definisi yang lebih luas oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak di bidang “pembangunan berkelanjutan” (*sustainable development*) menyatakan bahwa “*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah 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 beserta seluruh keluarganya”.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* akan secara proaktif menaikkan ketertarikan publik dengan mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh

perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketrtarikan public dengan memperhatikan tiga garis besar (*triple bottom line*): *People, Planet, Profit*. Selama ini belum ada satu teori tunggal yang diterima untuk menjelaskan akuntansi sosial dan lingkungan, sehingga masih banyak terdapat variasi dalam hal perspektif teoritis yang dapat diadopsi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Reverte, 2008).

“CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society” (tanggung jawab sosial perusahaan adalah bagaimana perusahaan melaksanakan proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif yang menyeluruh bagi masyarakat) (Mallen Baker, 1999). Definisi lain yang menjelaskan CSR secara lebih dalam digunakan (Mallen Baker, 1999) “CSR is about capacity building for sustainable livelihood. It respects cultural differences and finds the business opportunities in building the skills of employess, the community and the goverment. CSR is about business giving back to society”. (tanggung jawab sosial perusahaan adalah mengenai membangun kapasitas untuk mempertahankan kehidupan. Tanggung jawab sosial perusahaan menghormati perbedaan kultural dan memberi kesempatan bagi bisnis untuk membangun keterampilan pekerja, komunitas, dan pemerintah. Tanggung jawab sosial adalah mengenai apa yang diberikan perusahaan kembali pada masyarakat).

“Corporate Social Responsibility 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”. (tanggung jawab sosial perusahaan adalah

komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak sesuai etika dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup dari angkatan kerja dan keluarganya dan begitu pula pada komunitas lokal dan masyarakat luas). (Holme dan Watts, 1999 dalam “Making Good Business Sense”.

Komite Nasional Corporate Governance merumuskan GCG sebagai pola hubungan, sistem serta proses yang digunakan oleh organ perusahaan (direksi dan komisaris) guna memberi nilai tambah kepada para pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan norma yang berlaku, dengan tetap memperhatikan kepentingan para pemegang kepentingan lainnya. Pola hubungan, sistem serta proses itu sendiri berjalan berdasarkan 5 (lima) prinsip yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran.

Di Indonesia istilah *Good Corporate Governance* seringkali diterjemahkan sebagai tata kelola perusahaan. Sedangkan pengertian *Good Corporate Governance* itu sendiri telah dikemukakan oleh banyak institusi dan para pakar. Berikut ini disajikan beberapa definisi *Good Corporate Governance* yang banyak digunakan sebagai acuan dalam diskusi dan tulisan-tulisan. Usaha untuk melembagakan *Good Corporate Governance* untuk kali pertama dilakukan oleh Bank of England dan London Stock Exchange pada tahun 1992 dengan membentuk Cadbury Committee. Komite ini bertugas menyusun *Good Corporate Governance Code* yang menjadi acuan utama (*Benchmark*) di banyak Negara (Barnhart dan Stuart, 1998).

Menurut komite ini *Good Corporate Governance* merupakan sistem yang mengarahkan dan mngendalikan perusahaan dengan tujuan, agar tercapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan, untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggung jawaban kepada *stakeholders* (Van Horne, 1998). Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, manajer, pemegang saham, dan sebagainya.

Keputusan Menteri BUMN Nomer KEP-117/M-MBU/2002 mendefinisikan corporate governance sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organisasi BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan-undangan dan nilai etika.

Dari rumusan dia atas terlihat bahwa unsur GCG adalah prinsip korporasi yang sehat; yang perlu diterapkan dan dilaksanakan untuk kepentingan perusahaan; demi tercapainya maksud dan tujuan perusahaan. Prinsip korporasi yang sehat adalah adanya keseimbangan hubungan antara organ perseroan, stakeholders dan stakeholders; pembagian tugas, kewenangan dan tanggung jawab yang jelas di antara organ perseroan sesuai struktur perseroan; mekanisme kerja Rapat Umum Pemegang Saham yang sesuai dengan Undang-undang Perseroan Terbatas dan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas; pengurus perseroan yang mengimplementasikan GCG berdasarkan prinsip-prinsip pokok yang terkandung di dalamnya yang merupakan suatu proses berkesinambungan.

Ukuran perusahaan dapat diukur dari aset yang dimiliki perusahaan. Aset adalah sumber ekonomi yang diharapkan memberikan manfaat usaha di kemudian hari. Perusahaan yang besar, umumnya memiliki jumlah aset yang besar pula. Lang dan Lundholm (dalam Benardi dkk, 2009), menyatakan bahwa tingkat keluasan informasi dalam kebijakan pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (*public demand*) akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) merupakan laporan yang diungkapkan sebagai pelengkap laporan keuangan (*financial statement*), jadi laporan ini terpisah dari laporan keuangan perusahaan. *Sustainability report* mengungkapkan tiga kinerja yang terkait dengan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Menurut GRI (2006), mendefinisikan *sustainability report* sebagai praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan, sebagai tanggung jawab kepada *stakeholder* internal dan eksternal mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan.

Laporan keberlanjutan (*sustainability report*) berbeda dengan laporan keuangan. Selain sebagai pendukung pembangunan berkelanjutan, laporan ini diungkapkan sebagai bentuk komitmen perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan berada. *Sustainability report* menjadi media informasi bagi para *stakeholder* internal maupun eksternal untuk menilai apakah manajemen suatu perusahaan sudah menjelaskan apa yang sudah menjadi

tanggung jawabnya. Jadi, adanya *sustainability report* sebagai pelengkap laporan keuangan perusahaan sangatlah penting bagi para *stakeholder* maupun perusahaan itu sendiri.

Beberapa manfaat telah dirasakan oleh perusahaan yang sudah mengungkapkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (dikutip dari Suryono dan Prastiwi, 2011), laporan keberlanjutan (*sustainability report*) memberikan manfaat sebagai berikut:

1. *Sustainability report* memberikan informasi kepada *stakeholder* (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) dan meningkatkan prospek perusahaan, serta membantu mewujudkan transparansi.
2. *Sustainability report* dapat membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share* dan loyalitas konsumen jangka panjang.
3. *Sustainability report* dapat menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengelola resikonya.
4. *Sustainability report* dapat digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi.
5. *Sustainability report* dapat mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian dari sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi dan sosial.

6. *Sustainability report* cenderung mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham dalam jangka panjang.
7. *Sustainability report* membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.

Sebagian besar bentuk pengungkapan *sustainability report* perusahaan diungkapkan melalui website perusahaan, dengan media ini siapa saja dapat mengakses sehingga mereka mengetahui bagaimana bentuk tanggung jawab yang telah dilakukan perusahaan.

Selain itu tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidawati, 2002 dalam Permanasari, 2010). Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi dan Pawestri, 2006 dalam Permanasari, 2010). Rika dan Ishlahuddin (2008) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai

perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena rasio ini bisa menjelaskan berbagai fenomena dalam kegiatan perusahaan, seperti misalnya terjadinya perbedaan cross-sectional dalam pengambilan keputusan investasi dan diversifikasi (Claessens dan Fan, 2003 dalam Sukamulja, 2004); hubungan antara kepemilikan saham manajemen dan nilai perusahaan (Onwioduokit, 2002 dalam Sukamulja, 2004); hubungan antara kinerja manajemen dengan keuntungan dalam akuisisi (Gompers, 2003 dalam Sukamulja, 2004) dan kebijakan pendanaan, dividen, dan kompensasi (Imala, 2002 dalam Sukamulja, 2004).

Tobin's Q memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh aset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga

dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja, 2004 dalam Permanasari, 2010). Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004 dalam Permanasari, 2010).

Salah satu informasi yang diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Gutrie dan Mathews, 1985 dalam Yap dan Widyaningdyah, 2009). Dampak sosial perusahaan tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggungjawab sosial yang lebih tinggi pula. Pelaksanaan tanggungjawab sosial akan disosialisasikan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan. (Yap dan Widyaningsih, 2009).

Selain informasi tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan diminta untuk diungkapkan. Dalam penerapan tata kelola perusahaan, keberhasilan perusahaan ditentukan oleh dewan direksi. Dewan direksi adalah dewan yang menjalankan perusahaan dalam kegiatan sehari-hari perusahaan.

Berdasarkan *code of corporate governance* yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (2006) menyatakan fungsi pengelolaan perusahaan yang dilakukan dewan direksi mencakup lima fungsi yaitu kepengurusan, manajemen resiko, pengendalian internal, komunikasi dan tanggung jawab sosial. Hasilnya semakin tinggi indeks *corporate governance* yang menerapkan GCG semakin tinggi pula tingkat pengungkapan informasinya.

Ukuran perusahaan sering menjadi variabel penduga untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan. Menurut ukurannya, perusahaan dibagi menjadi dua yaitu perusahaan besar dan perusahaan kecil. Ukuran tersebut menggambarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang besar memiliki biaya yang lebih besar daripada perusahaan yang kecil (Marwata, 2001). Oleh karena itu, perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi secara luas untuk mengurangi biaya agensi tersebut.

Selain itu informasi pengungkapan bertujuan sebagai perusahaan yang paling utama adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidawati, 2002 dalam Permanasari, 2010). Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi dan Pawestri, 2006 dalam Permanasari, 2010). Pengungkapan dilihat dari neraca yang terdapat dilaporan keuangan pada perusahaan tersebut.

*Sustainability report* akan mengungkapkan bagaimana tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang telah dilakukan.

Berbagai penelitian menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh good governance dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Reny Dyah Retno M dan Denies Priantinah M.si., AK. (2012) menemukan adanya pengaruh positif GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Ukuran Perusahaan dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. Hal ini menunjukkan bahwa investor bersedia memberikan premium lebih kepada perusahaan yang memberikan transparansi atas pelaksanaan GCG dalam laporan tahunan mereka.

Terdapat hasil penelitian terdahulu yang diungkapkan oleh Dilling (2009) meneliti bagaimana karakteristik perusahaan yang mendukung pengungkapan *sustainability report* yang berkualitas. Variasi variabel yang digunakan adalah: lokasi, ukuran perusahaan, *corporate governance* dan kinerja keuangan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dilling menyimpulkan bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi, bergerak dalam bidang pertambangan kemudian memiliki pertumbuhan jangka panjang yang kuat, cenderung mengungkapkan *sustainability report*.

Laras Surya Ramadhan dan Basuki Hadiprajitno (2012) menganalisis pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan prosantes kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel corporate social responsibility tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, yang berarti

bahwa semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak berpengaruh terhadap naik/turunnya nilai perusahaan.

Devi Anggraeni melakukan penelitian dengan judul pengaruh corporate governance terhadap luas pengungkapan corporate social responsibility di dalam sustainability report dengan hasil penelitian yaitu nilai adjusted r square 0,325. Hal ini berarti 32,5% luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam sustainability report dipengaruhi variabel ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusi, Kepemilikan Asing, Ukuran (size) perusahaan, dan rasio Leverage. Sedangkan sisanya sebesar 67,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Suryono dan Prastiwi (2011) melakukan penelitian untuk mengetahui perbedaan karakteristik dan *corporate governance* antar perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* dengan yang tidak menerbitkan. Variabel yang digunakan adalah: profitabilitas, *leverage*, likuiditas, analisis aktivitas, ukuran perusahaan, komite audit, dewan direksi dan *governance committee*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecuali *leverage*, seluruh karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian dan mekanisme *corporate governance* berbeda secara signifikan antara perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* dengan yang tidak menerbitkan.

Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa dan Maria M. Ratna Sari (2013) melakukan penelitian dengan judul pengaruh pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dengan hasil

penelitian bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2012 dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

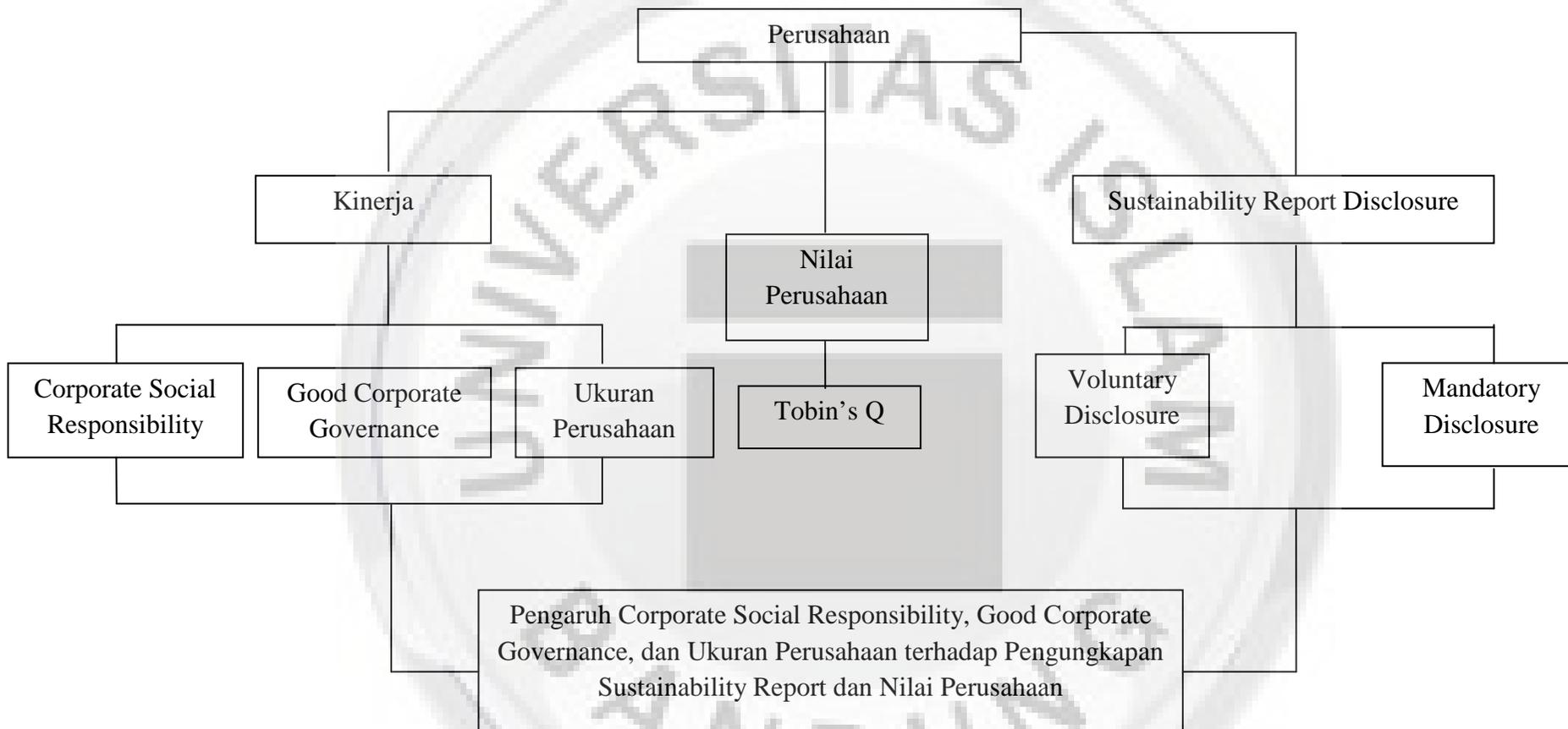
Hasil penelitian Sugiyanto (2011) menunjukkan pada perusahaan besar, CSR berpengaruh positif signifikan terhadap return saham dan kinerja keuangan namun tidak berpengaruh terhadap return saham. Pada perusahaan kecil, CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap return saham dan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. EVA berpengaruh positif signifikan terhadap return saham.

Cheng dan Christiawan (2011) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap abnormal return. Variabel kontrol ROE berpengaruh signifikan negatif terhadap abnormal return. Sedangkan, Variabel kontrol PBV tidak berpengaruh signifikan terhadap abnormal return. Muid (2011) yang melakukan pengujian empiris untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap stock return menemukan bahwa variabel CSR (environment) tidak berpengaruh terhadap stock return. Sedangkan, variabel CSR (social) berpengaruh positif terhadap stock return. Variabel independen CSR (environment) dan CSR (social) serta variabel kontrol PBV dan DER secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap stock return yang diproksi oleh CAR. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah PBV dan DER. Sukanto (2012) dalam penelitiannya membuktikan

secara parsial dan simultan menyimpulkan variabel CSR environment, economy, maupun social berpengaruh positif terhadap stock return.

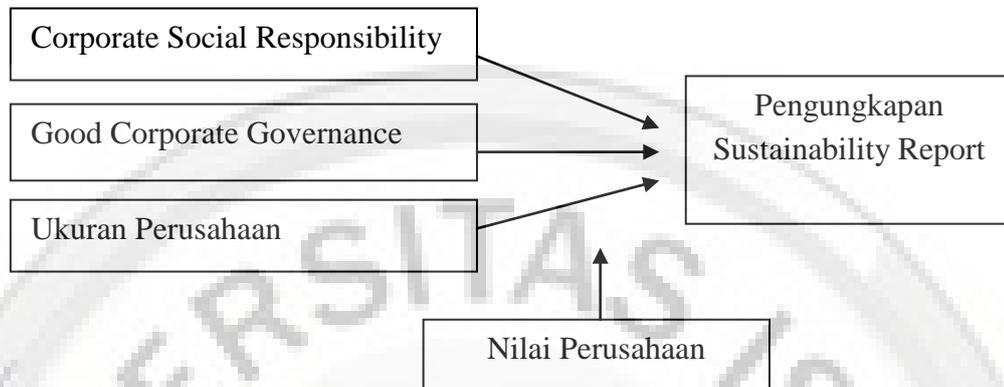
Ratnasari (2011) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *corporate governance* terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam *sustainability report*. Metode penelitian menggunakan regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji parsial, tidak ada variabel *corporate governance* yang berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Investor bersedia memberikan premium lebih kepada perusahaan yang memberikan transparansi atas pelaksanaan GCG dalam laporan tahunan mereka Reny Dyah Retno M dan Denies Priantinah M.si., AK. (2012). Ratnasari (2011) dalam Suryono (2011), menemukan hasil (1) tidak ada variabel *corporate governance* yang berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. (2) kecuali *leverage*, seluruh karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian dan mekanisme *corporate governance* berbeda secara signifikan antara perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* dengan yang tidak menerbitkan. (3) ada hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan *corporate governance*.



Gambar 1.1 Skema Kerangka pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dapat digambarkan paradigma konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.2 Paradigma Penelitian

### 1.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha: variabel independen (X) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y), variabel independennya adalah *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan (X), sedangkan variabel dependennya adalah Pengungkapan Sustainability Report (Y) dan Nilai Perusahaan dengan metode Tobin's Q sebagai variabel moderating (Z)