

GCG dan CSR Sebagai Strategi Peningkatan Nilai Perusahaan 1

by Mainatul Ilmi 18/03/2019

Submission date: 18-Mar-2019 07:33AM (UTC+0700)

Submission ID: 1094907896

File name: GAI_STRATEGI_PENINGKATAN_NILAI_PERUSAHAAN_1_-_Mainatul_Ilmi.docx (46.27K)

Word count: 4014

Character count: 26926

GCG DAN CSR SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN NILAI PERUSAHAAN: BUKTI PADA PERUSAHAAN *GO PUBLIC* DI INDONESIA

ABSTRACT

Tujuan perusahaan didirikan yakni untuk meningkatkan laba perusahaan, memakmurkan pemegang saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Persaingan usaha antar perusahaan yang semakin tinggi menyebabkan perusahaan harus semakin pandai untuk mendapatkan perhatian dari investor. Investor dalam menanamkan investasi memilih pada perusahaan yang dapat memberikan keuntungan yang maksimal. Investor dapat menilai perusahaan melalui nilai perusahaan yang tampak dari harga saham perusahaan.

Permasalahan bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang rendah selain disebabkan oleh kinerja perusahaan dalam memperoleh laba yang minim juga dikarenakan pengungkapan tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan yang belum memadai dan belum sesuai dengan standar pengungkapan yang berlaku. Pengungkapan tata kelola perusahaan yang baik dan laporan pertanggung jawaban sosial yang sesuai dengan standar dapat menjadi strategi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan pada perusahaan *go publik* di Indonesia.

Kata Kunci: GCG, CSR, strategi, nilai perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Pada era global saat ini, perusahaan bersaing untuk mendapatkan perhatian dari para investor agar menanamkan modal pada perusahaannya. Investor semakin jeli dalam menilai dan memilih perusahaan yang memberikan keuntungan terbaik bagi investasi yang ditanamkan. Salah satu strategi dari perusahaan *go publik* atau perusahaan yang telah terdaftar dalam bursa efek Indonesia yakni dengan meningkatkan nilai perusahaan. Pada perusahaan *go publik*, nilai perusahaan yang tinggi masih didominasi oleh perusahaan-perusahaan yang besar. Penyebab nilai perusahaan yang rendah yakni selain dikarenakan perolehan laba perusahaan yang minim juga disebabkan oleh pengungkapan atas tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan yang belum memadai sebagai informasi penguat bagi investor.

Perusahaan didirikan harus memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapai. Tujuan pendirian perusahaan terbagi dalam tiga hal yaitu pertama, untuk memperoleh keuntungan yang maksimal atau memperoleh laba sebesar-besarnya. Tujuan kedua adalah keinginan perusahaan untuk memakmurkan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Tujuan ketiga, meningkatkan nilai saham perusahaan yang tercermin dalam harga saham perusahaan di

pasar modal. Masing-masing ketiga tujuan perusahaan tersebut secara substansi tidak berbeda, namun setiap perusahaan memiliki penekanan yang berbeda atas tujuan yang ingin dicapai (Harjito & Martono, 2012).

Nilai perusahaan dapat mencerminkan aset perusahaan dimana tampak dari surat-surat berharga perusahaan. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan yang diperjual belikan dalam pasar modal. Tinggi rendahnya harga saham dipengaruhi oleh faktor fundamental, faktor teknikal dan juga dipengaruhi oleh kekuatan atas penawaran dan permintaan pasar terhadap saham perusahaan (Harahap, 2016). Nilai perusahaan dapat diketahui dari *price book value* (PBV) yang merupakan perbandingan dari harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Perusahaan dengan nilai perusahaan yang baik memiliki nilai PBV lebih besar dari satu (>1) yang menunjukkan bahwa nilai saham lebih besar dari nilai buku per lembar saham perusahaan. Semakin tinggi nilai rasio PBV maka semakin tinggi penilaian investor dibandingkan dengan nilai investasi yang ditanamkan dalam perusahaan sehingga dapat menarik investor dan calon investor untuk lebih banyak membeli saham perusahaan (Putri, Sudarma, & Purnomosidhi, 2016).

Perkembangan rata-rata nilai rasio *price book value* (PBV) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2007 hingga 2011 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Rata-rata *price book value* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

| Rasio | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------|------|------|------|------|------|
| PBV | 3,31 | 3,08 | 3,45 | 3,89 | 2,96 |

Sumber: Ilmi, M., Kustono, A. S., & Sayekti, Y. (2017)

Berdasarkan tabel 1.1 rata-rata *price book value* perusahaan manufaktur lebih besar dari satu (>1) yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih tinggi dari nilai bukunya. Pada tahun 2011 hingga 2014 nilai rata-rata PBV lebih banyak mengalami peningkatan, hal ini mengindikasikan kualitas dan kinerja fundamental perusahaan mengalami peningkatan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan pada tahun 2015 nilai PBV menurun, hal ini menunjukkan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental dari perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga mengalami penurunan.

Peningkatan tata kelola perusahaan yang baik mempengaruhi peningkatan kinerja perusahaan dan secara keseluruhan meningkatkan nilai perusahaan (Black, 2005). Nilai

perusahaan dapat ditingkatkan dengan kemampuan manajemen dalam mengelola setiap sumber daya perusahaan dengan efektif dan efisien. Penempatan sumber daya manusia yang tepat serta sesuai dengan porsi kebutuhan dalam segi jumlah sumber daya manusia di setiap divisi dapat berdampak pada kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan dengan baik. Tata kelola perusahaan memiliki peran untuk mengendalikan keberlangsungan perusahaan serta mengatasi berbagai masalah yang muncul dalam internal perusahaan.

Tata kelola perusahaan yang baik didefinisikan sebagai suatu sistem pengendalian internal perusahaan dalam mengelola risiko yang muncul guna memenuhi tujuannya melalui pengamanan aset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang (Effendi, 2016). Adanya tata kelola yang baik dalam perusahaan dengan fungsi pengendalian internalnya akan mampu mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dan menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Upaya-upaya yang dilakukan oleh organisasi pelaksana tata kelola perusahaan yang baik bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dihadapan para pemegang saham.

Peraturan tentang tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia tertuang dalam Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 bagi perusahaan BUMN dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 bagi perusahaan perseroan terbatas. Pemerintah menerapkan peraturan ini dengan tujuan pencapaian peningkatan kualitas perusahaan-perusahaan di Indonesia agar lebih memiliki daya saing dengan perusahaan lain di luar negeri.

Salah satu lembaga yang melakukan penilaian terhadap perusahaan-perusahaan dengan tata kelola yang baik di Indonesia yaitu Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD) bekerja sama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Perusahaan-perusahaan yang mendapatkan penilaian terbaik dicapai dengan adanya tata kelola perusahaan yang baik. Tata kelola perusahaan yang baik ini dapat digunakan sebagai salah satu cara bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Dewi, 2009).

Pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility disclosure*) sebagai implementasi dari tata kelola perusahaan yang baik juga penting untuk diterapkan sebagai upaya meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah *go public* diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 66 ayat 2. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga telah mengeluarkan aturan yang mengharuskan perusahaan publik untuk mengungkapkan

aktivitas CSR di dalam laporan tahunannya. Peraturan yang ditekankan pada perusahaan tersebut mendapat respon positif dari manajer sehingga jumlah perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya semakin bertambah serta jumlah dan jenis pengungkapan dalam aktivitas tanggung jawab sosial semakin meningkat (McWilliams, 2000; Sayekti & Wondabio, 2007).

**Tabel 1.3 Peningkatan Perusahaan Manufaktur dalam Pengungkapan
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

| Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur | | | | |
|--|------|------|------|------|
| 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| 51 | 75 | 95 | 107 | 115 |

Sumber: Ilmi, M., Kustono, A. S., & Sayekti, Y. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari tahun 2011 hingga 2015 terdapat peningkatan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan manufaktur. Pada tahun 2015 terdapat 115 perusahaan yang telah melaporkan aktivitas CSR dari total 142 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan reputasi perusahaan di hadapan investor sehingga aktivitas CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui kenaikan harga saham perusahaan (Zarlia & Salim, 2014). Ketika lingkungan yang menjadi sasaran dari aktivitas CSR perusahaan memberikan respon positif, maka akan berdampak pada nama baik perusahaan dihadapan investor. Usaha-usaha perusahaan dalam melestarikan lingkungan serta menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar dapat memberikan beberapa keuntungan, diantaranya ketertarikan pemegang saham dan *stakeholders* atas laba yang diperoleh perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggungjawab (Putri et al., 2016).

Paper ini berdasarkan literatur review yang memberikan informasi dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Topik dalam penelitian ini fokus pada strategi yang digunakan perusaha-perusahaan *go publik* di Indonesia dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik minat investor berinvestasi, diantaranya dengan mengungkapkan laporan tata kelola perusahaan dan laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Informasi yang disampaikan perusahaan melalui pengungkapan dalam laporan tahunannya dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan di hadapan investor.

Paper ini bermanfaat sebagai informasi bagi pihak manajemen perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas dari pengungkapan laporan tata kelola perusahaan dan laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan sesuai dengan standar agar investor baik dari dalam negeri maupun investor asing lebih dapat memahami dan memberikan nilai positif pada perusahaan. Bagi investor juga dapat memberikan informasi bahwa untuk melihat kinerja baik dari suatu perusahaan bukan hanya dilihat dari perolehan labanya saja tetapi juga dari tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. TINJAUAN TEORI

2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar dari saham perusahaan yang tercermin dari harga saham. Semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan semakin baik. Nilai perusahaan menjadi suatu hal yang penting bagi perusahaan, karena peningkatan nilai perusahaan berarti peningkatan kemakmuran bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat diukur dengan harga pasar saham, karena harga saham dapat mencerminkan penilaian investor terhadap keseluruhan kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan dengan adanya penawaran dan permintaan pasar. Nilai perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham sebagai hasil dari keputusan investasi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan ditunjukkan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai yang dimiliki oleh perusahaan (Susanti & Pangestuti, 2010).

Fama (1978) menyatakan bahwa nilai perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya. Harga pasar saham terjadi ketika adanya transaksi permintaan dan penawaran antara pembeli dan penjual saham di pasar modal. Harga saham merupakan cerminan dari aset perusahaan sesungguhnya serta menunjukkan kepercayaan para investor terhadap perusahaan sehingga perusahaan mampu menawarkan harga saham yang tinggi. Harga saham tinggi inilah yang menjadi harapan perusahaan sebagai perwujudan dari nilai perusahaan yang kompetitif. Nilai perusahaan yang berupa harga pasar saham banyak dipengaruhi oleh adanya peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif terhadap pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi dari beberapa faktor yaitu tata kelola perusahaan yang baik, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, struktur kepemilikan perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan. Peningkatan empat faktor tersebut dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan sehingga mampu meningkatkan kemakmuran para investor.

2.1 Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/GCG*) sebagai pendukung peningkatan nilai perusahaan erat kaitannya dengan teori keagenan. Dalam teori keagenan, manajer berperan sebagai agen dari pemegang saham dan bertindak secara sadar sesuai dengan keinginannya dalam menjalankan perusahaan dengan adanya delegasi otoritas pengambilan keputusan yang diberikan oleh para pemegang saham (Dewi, 2009). GCG merupakan sebuah sistem yang diatur dalam regulasi yang berfungsi untuk mengendalikan perusahaan dan menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham. Pemegang saham membutuhkan informasi yang benar, tepat waktu dan transparan dari pihak manajemen. Penerapan tata kelola perusahaan yang baik dapat menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh pemegang saham.

¹ Penerapan *good corporate governance* (GCG) dapat didorong dari dua sisi, yaitu etika dan peraturan. Dorongan dari etika (*ethical driven*) datang dari kesadaran individu pelaku bisnis untuk menjalankan praktik bisnis yang mengutamakan kelangsungan hidup perusahaan, kepentingan stakeholders, dan menghindari cara-cara tidak sehat untuk menciptakan keuntungan sesaat. Di sisi lain, dorongan dari peraturan (*regulatory driven*) yang bersifat “memaksa” perusahaan untuk patuh terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kedua pendekatan dapat saling berintegrasi untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat (KNKG, 2010).

Penerapan tata kelola perusahaan yang baik diharapkan dapat mengelola sumber daya perusahaan secara efektif, efisien, ekonomis dan produktif dengan selalu berorientasi pada tujuan perusahaan dan mempertimbangkan kepentingan stakeholder. Komponen utama yang diberlakukan dalam tata kelola perusahaan yang baik yaitu kewajaran, transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab (Kaen, 2003).

²³ Menurut keputusan menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 tentang penerapan praktek *good corporate governance* pada badan usaha milik negara (BUMN) terdapat lima

prinsip dasar GCG yaitu transparansi, kemandirian, akuntabilitas, pertanggungjawaban dan kewajaran. Transparansi merupakan sikap keterbukaan pihak manajemen dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan serta keterbukaan manajemen dalam menyampaikan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan. Kemandirian yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional dan bebas dari kepentingan pihak tertentu yang tidak sesuai dengan regulasi yang ditetapkan. Akuntabilitas merupakan kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban manajemen untuk pelaksanaan pengelolaan perusahaan yang efektif. Pertanggungjawaban merupakan kepatuhan manajemen terhadap regulasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan pemerintah. Kewajaran yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak stakeholder yang timbul berdasarkan kesepakatan serta regulasi yang berlaku.

2.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum (McWilliams & Siegel, 2001). *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) juga menggambarkan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja sama dengan pegawai, keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup bersama. CSR merupakan tindakan sosial diluar kepentingan bisnis perusahaan sebagai komitmen dalam kontribusi pembangunan ekonomi berkelanjutan terhadap peningkatan kualitas hidup *stakeholders*.

Perusahaan saat ini semakin sadar bahwa keberlangsungan operasional perusahaan juga tergantung pada hubungan baik perusahaan dengan lingkungan disekitarnya (Sayekti & Wondabio, 2007). Perusahaan menjalin hubungan baiknya dengan menjalankan aktifitas tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa tindakan yang dilakukan oleh perusahaan telah sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku serta sikap yang diambil perusahaan dalam menanggapi berbagai kelompok yang berkepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Haniffa & Cooke, 2005; Sayekti & Wondabio, 2007). Empat bagian dari strategi legitimasi yaitu: memberikan informasi kepada stakeholder tentang perkembangan dari kinerja perusahaan, mencari cara

untuk mengubah persepsi stakeholder pada sebuah kejadian, mengalihkan perhatian dari sebuah isu, dan mengubah ekspektasi eksternal terhadap kinerja (Lindblom, 1994, dalam Haniffa & Cooke, 2005).

CSR merupakan tindakan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kondisi sosial dan lingkungan serta merupakan tanggung jawab sosial perusahaan mencakup ekonomi, legal, etik, dan harapan diskresioner bahwa masyarakat memiliki organisasi pada suatu titik waktu tertentu (Andayani & Atmini, 2012; Carroll, 1979). Pengungkapan aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan dapat menjadi alat untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan mengurangi risiko atas kepentingan politik serta kemungkinan adanya tindakan hukum (Andayani & Atmini, 2012). Motif perusahaan dalam pengungkapan CSR sangat beragam, diantaranya adalah karena untuk memenuhi regulasi yang telah ditetapkan, untuk memenuhi keunggulan kompetitif, untuk memenuhi kontrak pinjaman, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, untuk menarik investor, dan untuk mengurangi *agency expense* (Andayani & Atmini, 2012; Sayekti & Wondabio, 2007).

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan pada penelitian ini yakni menggunakan pendekatan kualitatif diskriptif. Pendekatan kualitatif diskriptif yaitu menjelaskan tentang permasalahan atas suatu objek penelitian dan memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Dalam penelitian ini akan menjelaskan permasalahan peningkatan nilai perusahaan sebagai bagian dari tujuan perusahaan. Data yang digunakan adalah deskripsi dari dokumen-dokumen tertulis. Data dikumpulkan dari berbagai sumber meliputi jurnal ilmiah, penelitian buku yang relevan, artikel, serta pedoman dan peraturan yang berlaku. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis studi literatur.

4. PEMBAHASAN

Meningkatkan nilai perusahaan menjadi salah satu tujuan didirikannya perusahaan, sehingga manajemen harus dapat menentukan strategi-strategi tertentu untuk dapat mencapai tujuan perusahaan tersebut. Seiring dengan semakin tingginya persaingan antara perusahaan-perusahaan *go publik* untuk mendapatkan perhatian dari investor, pihak manajemen semakin

meningkatkan kualitas dari laporan tahunan yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan investor dalam mendapatkan informasi tentang perusahaan. Investor melihat tata kelola perusahaan yang baik serta tanggung jawab sosial perusahaan sebagai wujud dari perusahaan yang menjalankan usahanya dengan bertanggungjawab.

Tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia berdasarkan ²⁴ *penilaian Indonesian Institute Corporate Direction (IICD) bekerjasama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)*, yang selanjutnya disebut OJK – IICD, tahun 2015 didominasi oleh perusahaan-perusahaan sektor perbankan dari beberapa kategori. Pengawasan terhadap pelaksanaan GCG pada perusahaan perbankan memang lebih tinggi dibandingkan dengan sektor lainnya. Peraturan pelaksanaan GCG pada perbankan diterapkan secara berlapis yakni berdasarkan UU BUMN atau UU PT ditambah dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor: 8/14/PBI/2006 tentang pelaksanaan Good Corporate Governance bagi Bank Umum.

Tabel 3.1 Daftar Emiten Penerima OJK – IICD Award 2015

Kategori dan Nama Emiten

1. Kategori The Best Overall
 - a. PT. Bank Danamon Indonesia Tbk.
 - b. PT. Bank CIMB Niaga Tbk
 - c. PT. Aneka Tambang (Persero) Tbk.
 2. Kategori The Best Financial Sector
 - a. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.
 - b. PT Bank Mandiri Indonesia (Persero) Tbk.
 - c. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
 3. Kategori The Best Non Financial Sector
 - a. PT Indo Tambangraya Megah Tbk.
 - b. PT XL Axiata Tbk.
 - c. PT Jasa Marga (Persero) Tbk.
 4. Kategori The Best State Owned Enterprise
 - a. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
 - b. PT Telkom (Persero) Tbk.
 - c. PT Wijaya Karya (Persero) Tbk.
 5. Kategori The Best Responsibility of The Board
 - a. PT Bank OCBC NISP Tbk.
 - b. PT Bank Central Asia Tbk.
 6. Kategori The Best Disclosure and Transparency
 - a. PT Bank Permata Tbk.
 - b. PT Bank Maybank Indonesia Tbk.
-

-
- 7 Kategori The Best Equitable Treatment of Shareholder
 - a. PT Bank Pan Indonesia Tbk.
 - b. PT Astra Internasional Tbk.
 - 8. Kategori The Best Right of Shareholder
 - a. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
 - b. PT Saratoga Investama Sedaya Tbk.
 - 9. Kategori The Best Role of Shareholder
 - a. PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.
 - b. PT Bank Tabungan Pensiun Nasional Tbk.
-

Sumber: Effendi (2016)

Penilaian berikutnya dilakukan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mencakup aspek tripple bottom line yakni, profit, people, and planet. Salah satu penghargaan atas pengungkapan laporan pertanggung jawaban sosial perusahaan dilakukan oleh National Ceter of Sustainability Reporting (NCSR) dengan mengadakan Sustainability Reporting Award (SRA). Peraih SRA terbaik 2015 sebagai berikut:

3.2 Daftar Nama Perusahaan Peraih SRA 2015

| Kategori | Nama Perusahaan |
|-----------------------------|---|
| Best Overall | PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. |
| Category Mining & Metal | PT Aneka Tambang (Persero) Tbk |
| Category Energy, Oil, & Gas | PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk |
| Category Manufacture | PT Pupuk Indonesia |
| Category Infrastructure | PT Wijaya Karya (Persero) Tbk |
| Category Financial Services | PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk |
| Category Overseas | Malayan Banking Berhad |
| First Time Report | PetroChina International Companies in Indonesia |

Sumber: www.sra.ncsr-id.org

Berdasarkan tabel 3.1 dan 3.2, perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik dan laporan pertanggungjawaban sosial yang baik memiliki nilai perusahaan yang tinggi terbukti dengan harga saham perusahaan yang semakin tinggi dari tahun ketahun. Berikut daftar harga saham perusahaan peraih penghargaan GCG dan CSR.

3.3 Daftar Harga Saham Perusahaan Peraih Penghargaan GCG dan CSR tahun 2015

| Perusahaan | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|------|------|------|
| PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. | 1280 | 1090 | 1065 |
| PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk | 4600 | 4475 | 6000 |
| PT Wijaya Karya (Persero) Tbk | 1480 | 1580 | 3680 |
| PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk | 3700 | 3950 | 6100 |

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tren dari perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik dan mengungkapkan laporan pertanggungjawaban sosial cenderung meningkat dari tahun 2012 hingga 2014. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan yang terus meningkat dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas dari pelaporan tata kelola perusahaan yang baik dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kecuali pada PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. yang bergerak dibidang pertambangan cenderung mengalami penurunan harga saham dikarenakan pada tahun 2012 permintaan ekspor logam dan mineral menurun.

Hasil penelitian dari Dyah (2012) menguji pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang termasuk dalam peringkat CGPI tahun 2007 – 2010. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GCG dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Rosiana, Juliarsa, and Sari (2013) dan Handriyani (2015) melakukan pengujian pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Zarlina and Salim (2014) menguji pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian tersebut memberikan bukti bahwa *good corporate governance* (GCG) dan *corporate social responsibility* (CSR) dapat menjadi strategi bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dinilai investor sebagai

perusahaan yang mampu memberikan kesejahteraan bagi keberlangsungan investasi yang ditanamkan. Investor akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan melalui pembagian dividen dan capital gain dari perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

Permasalahan bagi perusahaan emiten atau perusahaan *go publik* yang memiliki nilai perusahaan yang rendah selain kinerja perusahaan yang rendah juga dikarenakan perusahaan yang melaporkan tata kelola perusahaannya masih kurang memadai. Ditinjau dari beberapa aspek tata kelola yaitu transparansi, kemandirian, akuntabilitas, pertanggungjawaban, dan kewajiban harus dipenuhi dalam laporan GCG perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan. Permasalahan kedua atas laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan ditinjau dari tiga aspek yaitu keuntungan, masyarakat dan lingkungan yang harus diungkapkan secara sistematis sehingga perusahaan dipandang sebagai perusahaan yang bertanggungjawab dengan lingkungan sekitarnya yang tidak sekedar memntingkan keuntungan perusahaan.

Berdasarkan permasalahan serta uraian yang telah dijelaskan di atas, penulis merekomendasikan kepada perusahaan-perusahaan yang masih memiliki nilai perusahaan yang rendah untuk kembali mengkoreksi pengungkapan laporan tata kelola perusahaan serta laporan tanggungjawab sosial perusahaan agar disesuaikan dengan pedoman pengungkapan kedua laporan tersebut, dikarenakan investor bukan hanya melihat laba perusahaan, namun juga tata kelola perusahaan yang baik dan tanggung jawab sosial. Sehingga nilai perusahaan sebagai tujuan dari perusahaan dapat tercapai.

5. KESIMPULAN

Hasil dari telaah teoritis bahwa permasalahan bagi perusahaan *go public* yang masih memiliki nilai perusahaan yang rendah selain disebabkan oleh kinerja perusahaan untuk menghasilkan laba masih minim juga dikarenakan tata kelola perusahaan yang masih belum memadai. Pengungkapan atas pertanggungjawaban sosial perusahaan juga belum sesuai dengan standar atau pedoman yang berlaku.

Upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dicapai dengan melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik. Perusahaan juga melaksanakan aktivitas pertanggungjawaban sosial perusahaan dan mengungkapkannya dalam bentuk laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan strategi dengan melaksanakan tata kelola

perusahaan yang baik dan mengungkapkan aktivitas CSR sebagai solusi, sehingga dapat memperbaiki kinerja perusahaan dan nilai perusahaan dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- 19 Andayani, W., & Atmini, S. (2012). Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), and Firm Performance. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 8(10), 1484.
- 4 Black, B. S. (2005). *How corporate governance affects firm value: Evidence on channels from Korea*. School of Law Law and Econ Research Paper Number 09-23 University of Texas School of Law Law and Economics Working Paper No. 51 University of Texas, McCombs School of Business.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- 18 Dewi, N. H. U. (2009). Corporate Governance in The Effort of Increasing The Company's Value. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 15(2), 331-342.
- 10 Dyah, R. (2012). *Pengaruh Good Corporate Governance dan pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- 6 Effendi, M. A. (2016). *The Power of Good Corporate Governance : Teori dan Implementasi Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fama, E. F. (1978). The effects of a firm's investment and financing decisions on the welfare of its security holders. *The American Economic Review*, 68(3), 272-284.
- 27 Handriyani, A. N. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 2(5).
- 12 Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of accounting and public policy*, 24(5), 391-430.
- Harahap, D. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA SAHAM JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII). *Journal Analytica Islamica*, 5(2), 342-367.
- Harjito, A., & Martono. (2012). *Manajemen Keuangan (Edisi 2)*. Yogyakarta: Ekonesia.
- 3 Ilmi, M., Kustono, A. S., & Sayekti, Y. (2017). EFFECT OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE AND MANAGERIAL OWNERSHIP TO THE CORPORATE VALUE WITH FINANCIAL PERFORMANCE AS INTERVENING VARIABLES: CASE ON INDONESIA STOCK EXCHANGE. *International Journal of Social Science and Business*, 1(2), 75-88.
- 25 Kaen, F. R. (2003). *A blueprint for Corporate Governance: Strategy, accountability, and the preservation of shareholder value*: AMACOM Div American Mgmt Assn.
- KNKG. (2010). *Pedoman Umum Good Public Governance*. Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Governance.
- McWilliams, A. (2000). Corporate social responsibility. *Wiley Encyclopedia of Management*, Vol. 21(No. 5), 603 - 609.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, 26(1), 117-127.
- 3 Putri, A. K., Sudarma, M., & Purnomosidhi, B. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2), 344-358.

9

Rosiana, G. A. M. E., Juliarsa, G., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 5(3), 723-728.

13

Sayekti, Y., & Wondabio, L. S. (2007). Pengaruh CSR disclosure terhadap earning response coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi X*, 1-35.

11

Susanti, R., & Pangestuti, I. R. D. (2010). *Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Go Public yang Listed Tahun 2005-2008)*. Universitas Diponegoro.

Zarlia, J., & Salim, H. (2014). ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 136-154.

www.sra.ncsr-id.org

GCG dan CSR Sebagai Strategi Peningkatan Nilai Perusahaan 1

ORIGINALITY REPORT

21%
SIMILARITY INDEX

20%
INTERNET SOURCES

7%
PUBLICATIONS

18%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | repository.uinjkt.ac.id Internet Source | 2% |
| 2 | media.neliti.com Internet Source | 1% |
| 3 | Submitted to Udayana University Student Paper | 1% |
| 4 | www.ijetmas.com Internet Source | 1% |
| 5 | repository.unpas.ac.id Internet Source | 1% |
| 6 | jurnal.pcr.ac.id Internet Source | 1% |
| 7 | repository.usu.ac.id Internet Source | 1% |
| 8 | Submitted to Tarumanagara University Student Paper | 1% |
| 9 | jab.fe.uns.ac.id | |

| | | |
|----|---|----|
| | Internet Source | 1% |
| 10 | ejournal.stiesia.ac.id Internet Source | 1% |
| 11 | journal.stieamkop.ac.id Internet Source | 1% |
| 12 | www.macrothink.org Internet Source | 1% |
| 13 | eprints.perbanas.ac.id Internet Source | 1% |
| 14 | www.pps.unud.ac.id Internet Source | 1% |
| 15 | ejournal.unp.ac.id Internet Source | 1% |
| 16 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper | 1% |
| 17 | www.cairn-int.info Internet Source | 1% |
| 18 | Submitted to Universiti Utara Malaysia Student Paper | 1% |
| 19 | www.icas.my Internet Source | 1% |

eprints.undip.ac.id

| | | |
|----|---|----|
| 20 | Internet Source | 1% |
| 21 | studentjournal.petra.ac.id Internet Source | 1% |
| 22 | es.scribd.com Internet Source | 1% |
| 23 | Submitted to School of Business and Management ITB Student Paper | 1% |
| 24 | www.telkom.co.id Internet Source | 1% |
| 25 | Submitted to University of Birmingham Student Paper | 1% |
| 26 | eprints.dinus.ac.id Internet Source | 1% |
| 27 | Submitted to iGroup Student Paper | 1% |

Exclude quotes On
 Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%