

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. 1 *Corporate Social Responsibility*

Perkembangan bisnis suatu perusahaan sekarang ini, menempatkan perusahaan pada posisi yang harus siap berinteraksi, peduli, dan bertanggung jawab terhadap *stakeholders*nya secara luas. *Stakeholders* perusahaan tersebut mencakup karyawan, pelanggan, pemerintah, kelompok-kelompok aktivis, dan juga masyarakat umum, yang menginginkan perusahaan untuk transparan dan akuntabel bukan hanya terhadap kinerja finansial perusahaan melainkan juga mengenai kinerja non finansial perusahaan.

Konsepsi mengenai CSR mulai diperkenalkan Howard Bowen pada tahun 1953 dalam sebuah karya seminarnya mengenai tanggung jawab sosial pengusaha. Menurut Bowen (1953) dalam Carol (1992) dan Media Indonesia (2007), tanggung jawab sosial diartikan sebagai, '*It refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society*'.

*Legitimacy theory* menjadi salah satu teori penting yang mendasari penjelasan mengenai pentingnya faktor masyarakat bagi kelangsungan hidup perusahaan. *Legitimacy theory* (Tilt, 1994) dalam Hanifa et al (2005) dan Sayekti dan Wondabio (2007), menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan.

Guthie dan Parker (1990) dalam Sayekti dan Wondabio (2007) lebih lanjut menjelaskan bahwa sejalan dengan penjelasan mengenai *legitimacy theory*, pengungkapan informasi CSR perusahaan inilah yang menjadi salah satu cara untuk membangun, mempertahankan dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari segi ekonomis dan politis.

Choi (2008) menjelaskan CSR sebagai : *“The measurement and communication of information about company’s effect on employee welfare, the local community, and the environment.”*

Moon (2002) menjelaskan lebih spesifik mengenai penerapan CSR oleh perusahaan. Moon mengkaji bahwa terdapat tiga gelombang penerapan CSR, yaitu : *Community Involvement, Socially Responsible Production Processes, dan Socially Responsible Employee Relation*. Gelombang pertama berupa *Community Involvement* merupakan penjelasan tradisional tentang CSR; menjelaskan CSR sebagai kegiatan interaksi perusahaan dengan pihak luar perusahaan. Gelombang kedua (*Socially Responsible Production*) dan ketiga (*Socially Responsible Employee Relation*) merupakan pandangan baru mengenai CSR; menjelaskan CSR sebagai suatu kegiatan yang tercakup dalam kegiatan interaksi internal perusahaan; terkait dengan proses produksi dalam operasional dan juga kegiatan karyawan dalam pelaksanaan hak dan tanggung jawabnya.

Epstein dan Freedman (1994) dalam Anggraini (2006) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan. Informasi tersebut mencakup keamanan dan kualitas produk, etika, dan hubungan dengan karyawan dan masyarakat.

Gazdar (2007) mengungkapkan bahwa terdapat 4 hal yang membuat pelaporan nonfinansial menjadi sangat penting. Pertama, pelaporan ini dapat

meningkatkan reputasi perusahaan. Kedua, sebagai bentuk pelayanan bagi stakeholder sebagai pihak yang terpengaruh dan bisa mempengaruhi perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Ketiga, pelaporan nonfinansial akan bisa membantu perusahaan dalam membuat berbagai keputusan. Keempat, laporan nonfinansial ini akan dapat membantu investor untuk memahami kinerja perusahaan.

*Corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan ini terdapat dalam tiga bidang secara garis besar, yaitu:

#### 1. Sosial

Tanggung jawab sosial perusahaan disini bertujuan untuk menciptakan *positive emotional relation* dengan masyarakat secara berkesinambungan.

Wilayah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan antara lain:

- penyediaan sarana umum (*infrastructure development*)
- keagamaan
- kesejahteraan sosial
- *health improvement*
- revitalisasi seni-budaya
- tanggap darurat bencana (*disaster emergency response*)
- olahraga

#### 2. Pendidikan

Tanggung jawab sosial perusahaan disini difokuskan kepada upaya pengembangan pola pendampingan usaha kecil dan koperasi, baik terkait maupun tidak terkait dengan bisnis perusahaan. Hal tersebut secara teknis, dilakukan dengan cara penyaluran dana dan pembinaan kesinambungan, yang mengedepankan aspek pemerataan, kemandirian, profesionalitas, dan etika.

### 3. Lingkungan

Tanggung jawab sosial dalam hal ini bertujuan untuk menunjang pembangunan masyarakat yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan hidup. Dalam hal ini, perseroan/perusahaan mengambil inisiatif untuk memadukan berbagai fungsi pelestarian lingkungan hidup yang terintegrasi ke dalam kebijaksanaan perusahaan, penataan, pemanfaatan, pengembangan, pemeliharaan, pemulihan, pengawasan, dan pengendalian lingkungan.

#### A.2 *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia

*Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia diatur dalam undang-undang republik Indonesia No.40 tahun 2007, tentang perseroan terbatas. Didalam Pasal 1 Bab 1 undang-undang tersebut, yang mengatur mengenai ketentuan umum disebutkan bahwa :

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dari lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun, masyarakat pada umumnya.”

Dalam pasal 74 Ayat 1, 2, dan 3, dinyatakan mengenai kewajiban perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, dan adanya sanksi terkait terhadap pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan.

## B Nilai Ekuitas Perusahaan (*Firm's Market Value of Equity*)

Dalam pandangan tradisional, profitabilitas perusahaan, resiko, pertumbuhan, solvabilitas, likuiditas, dan rasio finansial lainnya merupakan faktor utama yang mencerminkan nilai pasar suatu perusahaan (*enterprise value*). Lebih lanjut, nilai pasar perusahaan inilah yang menjadi pertimbangan fundamental bagi investor dalam melakukan keputusan investasi.

Yunita (2003:16), ekuitas adalah “modal yang dimiliki oleh perusahaan atau jumlah aktiva keseluruhan setelah dikurangi dengan seluruh kewajiban perusahaan”.

Mustopo (2010) mengemukakan, Nilai pasar (*market value*) berbeda dengan nilai buku. Jika nilai buku merupakan nilai yang dicatat pada saat saham dijual oleh perusahaan, maka nilai pasar bursa pada saat tertentu ditentukan oleh pelaku pasar. Nilai pasar ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham perusahaan bersangkutan di pasar bursa.

Vita (2007), nilai pasar ekuitas adalah nilai modal yang dimiliki oleh perusahaan berdasarkan penilaian yang diberikan oleh para pelaku pasar.

Menurut Weygandt, Kieso, dan Kimmel (1999), ekuitas perusahaan biasanya dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu :

1. Modal saham (*capital stock*), yaitu nilai pari atau yang ditetapkan atas saham yang diterbitkan
2. Tambahan modal disetor/agio saham (*additional pain-in capital*), yaitu kelebihan jumlah yang dibayarkan atas nilai pari atau yang ditetapkan.

3. Laba ditahan (*retained earning*), yaitu laba perusahaan yang tidak dibagikan.

### C. *Return On Assets (ROA)*

Kasmir (2008) mengemukakan, ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) / tingkat pengembalian atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.

Bierman dan Dyckman (1976) dalam Lisa (1999) "*ROI measures how effectively company's assets are used to generate profits*"

Munawir (2002) mendefinisikan *Return On Investment* : "*Return On Investment* adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan ".

ROA merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Dalam perhitungannya ROA hanya menggunakan laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aktiva perusahaan

ROA dapat dirumuskan dengan :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Earning before interest \& Tax}}{\text{Total Assets}}$$

*Sumber : Hansen & Mowen (2005)*

Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan atau laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan atau asset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan (*operating asset*). *Operating Asset* adalah semua aktiva kecuali investasi jangka panjang dan aktiva-aktiva lain yang tidak digunakan dalam kegiatan atau usaha memperoleh penghasilan yang rutin atau usaha pokok perusahaan.

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan ROA menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA (*Return On Asset*) adalah rasio keuntungan bersih sebelum pajak untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari asset yang dimiliki oleh perusahaan. ROA yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba.

Menurut Hansen dan Mowen (2005:123) ROA memiliki beberapa keunggulan, yaitu :

1. Mendorong manajer untuk memfokuskan pada hubungan antara penjualan, beban, dan investasi.
2. Mendorong manajer memfokuskan pada efisiensi biaya.
3. Mendorong manajer untuk memfokuskan pada efisiensi aktiva operasi.

Menurut Lisa (1999) disamping beberapa keunggulan diatas, ROA juga memiliki kelemahan yaitu :

1. Pengukuran kinerja dengan menggunakan ROA membuat manajer divisi memiliki kecenderungan untuk melewatkan *project-project* yang menurunkan divisional ROA, meskipun sebenarnya *proyek-proyek* tersebut dapat meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan secara keseluruhan.
2. Manajemen juga cenderung untuk berfokus pada tujuan jangka pendek dan bukan tujuan jangka panjang.
4. Sebuah *project* dalam ROA dapat meningkatkan tujuan jangka pendek, tetapi *project* tersebut mempunyai konsekuensi negatif dalam jangka panjang, yang berupa pemutusan beberapa tenaga penjualan, pengurangan

#### **D. Market Value Added (MVA)**

Market Value Added (MVA), merupakan suatu metode yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menciptakan kekayaan / nilai tambah bagi para investornya. Dengan kata lain, MVA menunjukkan selisih antara apa yang penyandang dana / investor tanamkan dengan apa yang mereka dapat peroleh.

Vita (2007), tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham yang dilakukan dengan memaksimalkan selisih antara market value of equity dengan jumlah yang ditanamkan oleh para investor kedalam perusahaan. Selisih tersebut dikenal dengan istilah *Market value Added* (MVA).

Ruky (1997), MVA adalah hasil kumulatif dari kinerja perusahaan yang dihasilkan oleh berbagai investasi yang telah dilakukan maupun yang diantisipasi akan dilakukan.

Rousanna(1997), MVA adalah ukuran kumulatif kinerja perusahaan yang memperlihatkan penilaian pasar modal pada suatu waktu tertentu dari nilai sekarang EVA di masa mendatang.

Young dan O'Byrne (2001), menyatakan bahwa nilai pasar adalah nilai perusahaan, yakni jumlah nilai pasar dari semua tuntutan modal terhadap perusahaan oleh pasar modal pada tanggal tertentu. Lebih sederhana, itu adalah jumlah nilai pasar dari hutang dan ekuitas. Modal yang diinvestasikan adalah jumlah modal yang disediakan oleh penyedia dana pada tanggal yang sama.

Eugene F. Brigham and Michael C. Ehrhardt (2005), *“Shareholder wealth is maximized by maximizing the difference between the market value of the firms stock and the amount of equity capital that was supplied by shareholders.”*

MVA dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{MVA} = \text{Market Value of stock} - \text{Equity Capital supplied by shareholder}$$

Atau

$$\text{MVA} = (\text{Jumlah saham beredar} \times \text{harga saham}) - \text{Total ekuitas saham biasa}$$

Sumber : Eugene F. Brigham and Michael C. Ehrhardt (2005)

Hasil dari perhitungan *market value added* menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan. Perbedaan yang positif berarti terdapat atau diperoleh suatu premium atau nilai tambah bagi ekuitas karena kemampuan kapital dalam menghasilkan pendapatan cukup baik, sebaliknya perbedaan yang negative berarti tidak terdapat atau tidak diperoleh suatu premium atau nilai tambah bagi ekuitas (untuk investor atau penyandang dana), karena kemampuan kapitan untuk menghasilkan pendapatan tidak cukup baik.

#### **E.1 Jakarta Islamic Index (JII)**

*Jakarta Islamic Index* atau biasa disebut **JII** adalah salah satu indeks saham yang ada di Indonesia yang menghitung index harga rata-rata saham untuk jenis saham-saham yang memenuhi kriteria syariah. Pembentukan JII tidak lepas dari kerja sama antara Pasar Modal Indonesia (dalam hal ini PT Bursa Efek Jakarta) dengan PT Danareksa Investment Management (PT DIM). JII telah dikembangkan sejak tanggal 3 Juli 2000. Pembentukan instrumen syariah ini untuk mendukung pembentukan Pasar Modal Syariah yang kemudian diluncurkan di Jakarta pada tanggal 14 Maret 2003. Mekanisme Pasar Modal Syariah meniru pola serupa di Malaysia yang digabungkan dengan bursa konvensional seperti Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Setiap periodenya, saham yang masuk JII berjumlah 30 (tiga puluh) saham yang memenuhi kriteria syariah. JII menggunakan hari dasar tanggal 1 Januari 1995 dengan nilai dasar 100.

Tujuan pembentukan JII adalah untuk meningkatkan kepercayaan investor untuk melakukan investasi pada saham berbasis syariah dan memberikan manfaat bagi pemodal dalam menjalankan syariah Islam untuk melakukan investasi di bursa efek. JII juga diharapkan dapat mendukung proses transparansi dan akuntabilitas saham berbasis syariah di Indonesia. JII

menjadi jawaban atas keinginan investor yang ingin berinvestasi sesuai syariah. Dengan kata lain, JII menjadi pemandu bagi investor yang ingin menanamkan dananya secara syariah tanpa takut tercampur dengan dana ribawi. Selain itu, JII menjadi tolak ukur kinerja (*benchmark*) dalam memilih portofolio saham yang halal.

Ahmad Gozali (2005) :

*Jakarta Islamic Index (JII)* adalah papan indeks untuk 30 saham yang sudah dikategorikan syariah compliance atau tidak bertentangan dengan syariah. Biasanya JII ini di-review setiap enam bulan sekali. Untuk mengetahui daftar saham apa saja yang masuk ke dalam JII bisa dilihat di web site Bursa Efek Jakarta (BEJ).

Tapi, bukan hanya saham yang masuk JII saja yang sudah sesuai dengan ketentuan syariah. Karena JII ini hanya menampung 30 saham terbaik yang sudah sesuai syariah. Di luar JII pun masih ada saham yang bisa kita kategorikan sebagai saham yang sesuai dengan kaidah syariah.

Setidaknya ada dua syarat untuk menyatakan bahwa suatu saham bisa kita kategorikan tidak melanggar ketentuan syariah. Kedua syarat itu yaitu:

- 1.) Perusahaan tidak bertentangan dengan syariat Islam Yang dimaksud dengan perusahaan yang tidak bertentangan dengan syariat Islam yaitu perusahaan dengan bidang usaha dan manajemen yang tidak bertentangan dengan syariat, serta memiliki produk yang halal. Perusahaan yang memproduksi minuman keras atau perusahaan keuangan konvensional tentu saja tidak memenuhi kategori ini.

- 2.) Semua saham yang diterbitkan memiliki hak yang sama Saham adalah bukti kepemilikan atas sebuah perusahaan, maka peran setiap pemilik saham ditentukan dari jumlah lembar saham yang dimilikinya. Namun, pada kenyataannya ada perusahaan yang menerbitkan dua macam saham, yaitu saham biasa dan saham preferen yang tidak punya hak suara namun punya hak untuk mendapatkan deviden yang sudah pasti. Tentunya hal ini bertentangan dengan aturan syariat tentang bagi hasil. Maka saham yang sesuai syariat adalah saham yang setiap pemiliknya memiliki hak yang proporsional dengan jumlah lembar saham yang dimilikinya.

## **E.2 Pemilihan Saham untuk Indeks**

Penentuan kriteria dalam pemilihan saham dalam JII melibatkan Dewan Pengawas Syariah PT DIM. Saham-saham yang akan masuk ke JII harus melalui filter syariah terlebih dahulu. Berdasarkan arahan Dewan Pengawas Syariah PT DIM, ada 4 syarat yang harus dipenuhi agar saham-saham tersebut dapat masuk ke JII :

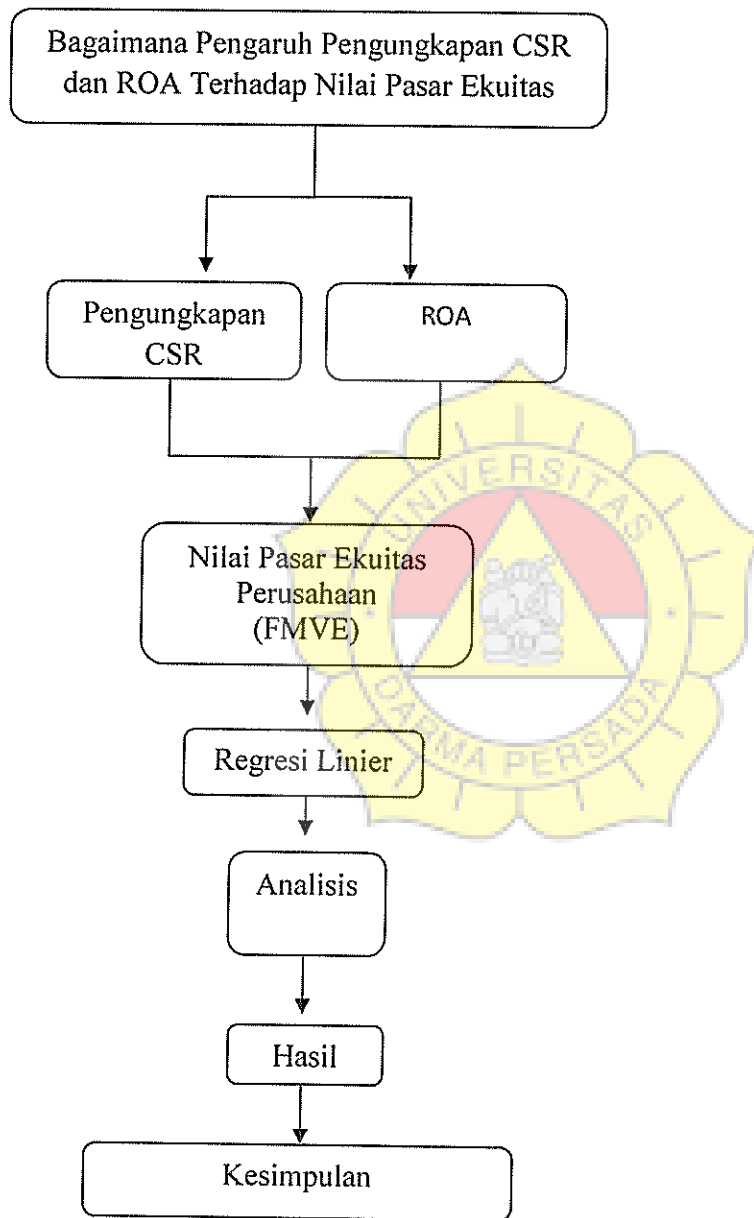
1. emiten tidak menjalankan usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang
2. bukan lembaga keuangan konvensional yang menerapkan sistem riba, termasuk perbankan dan asuransi konvensional
3. usaha yang dilakukan bukan memproduksi, mendistribusikan, dan memperdagangkan makanan/minuman yang haram
4. tidak menjalankan usaha memproduksi, mendistribusikan, dan menyediakan barang/jasa yang merusak moral dan bersifat mudharat

Selain filter syariah, saham yang masuk ke dalam JII harus melalui beberapa proses penyaringan (*filter*) terhadap saham yang listing, yaitu :

- Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 bulan, kecuali termasuk dalam 10 kapitalisasi besar.
- Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahun berakhir yang memiliki rasio Kewajiban terhadap Aktiva maksimal sebesar 90%.
- Memilih 60 saham dari susunan saham di atas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar (market capitalization) terbesar selama 1 (satu) tahun terakhir.
- Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler selama 1 (satu) tahun terakhir.

Pengkajian ulang akan dilakukan 6 (enam) bulan sekali dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Januari dan Juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha utama emiten akan dimonitor secara terus menerus berdasarkan data publik yang tersedia. Perusahaan yang mengubah lini bisnisnya menjadi tidak konsisten dengan prinsip syariah akan dikeluarkan dari indeks. Sedangkan saham emiten yang dikeluarkan akan diganti oleh saham emiten lain. Semua prosedur tersebut bertujuan untuk mengeliminasi saham spekulatif yang cukup likuid. Sebagian saham-saham spekulatif memiliki tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler yang tinggi dan tingkat kapitalisasi pasar yang rendah.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1

Kerangka Pemikiran