

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat lebih pintar dalam memilih suatu produk yang akan mereka konsumsi. Mereka akan memilih produk yang diproduksi perusahaan yang peduli terhadap lingkungan atau yang menerapkan CSR. Booth Harris Trust Monitor (2001) dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa konsumen akan meninggalkan suatu produk yang memiliki citra buruk atau negatif. Banyak manfaat bisa didapatkan oleh perusahaan apabila menerapkan *corporate social responsibility*, yaitu produk akan disukai oleh banyak konsumen dan banyak investor yang akan berinvestasi di perusahaan tersebut. Jadi dengan sebuah perusahaan melakukan atau menerapkan *corporate social responsibility* akan menambah nilai jual perusahaan kepada masyarakat termasuk investor-investor akan memilih perusahaan yang memiliki citra baik untuk berinvestasi, karena masyarakat akan berpendapat baik apabila perusahaan tersebut juga bisa peduli terhadap lingkungannya.

UU No.4 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 yang intinya menyatakan bahwa perusahaan yang melaksanakan kegiatan di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab kepada sosial dan lingkungannya dengan menyisihkan dari laba bersih untuk melaksanakan program CSR. Adanya undang-undang tersebut, diharapkan tanggung jawab sosial perusahaan bukan hanya sekedar sukarela perusahaan saja tetapi menjadi kewajiban bagi semua perusahaan. Menurut Darwin (2004) dalam Aditya (2013) perusahaan mendapatkan banyak manfaat apabila menerapkan CSR dengan sungguh-sungguh, yaitu: dapat melancarkan berkomunikasi dengan para *stakeholders*, prinsip dan meluruskan visi, misi

perusahaan terkait praktik dan aktivitas bisnis dalam perusahaan, serta meraih *competitive advantage* dalam hal pangsa pasar, tenaga kerja, modal, dan *supplier*.

Riswari dan Cahyonowati, (2012) perusahaan di harapkan tidak hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*). Tanggung jawab sosial perusahaan juga diharapkan berpijak pada *triple bottom line*. *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan dan keuangan, oleh karena itu perusahaan di harapkan untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Darmawati (2004), tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham. bukan hanya memaksimalkan profit saja. Karena jika suatu perusahaan hanya berfokus pada profit dan mengabaikan tanggung jawab sosial. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan prestasi bagi pemegang saham, kesejahteraan pemilik akan meningkat apabila nilai perusahaan juga meningkat. Tingginya nilai perusahaan dapat dilihat dengan meningkatnya harga saham pada perusahaan tersebut. Tujuan jangka panjang perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan yang tinggi karena penilaian investor terhadap perusahaan dilihat dari pergerakan harga saham perusahaan yang sudah melakukan *go public* (Retno dan Priantinah, 2012).

Penelitian mengenai hubungan CSR dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan namun dengan hasil yang berbeda-beda, seperti dalam penelitian Sugiarto (2016) pada uji T *corporate social responsibility* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan pada uji F

berpengaruh positif dan signifikan dengan populasi penelitian adalah perusahaan LQ-45 periode 2010-2014. Hal ini sejalan dengan penelitian Aditama (2013), dan Dian dan Lidyah (2013) yang berpendapat bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun dalam penelitian Rustiarini (2010) diperoleh hasil yang berbeda, dimana bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Samsi, et al (2014), Riswari dan Cahyonowati (2012) dan Nurlela dan Islahudin (2008) yang menyatakan hal yang sama yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut *Prince of Wales Foundation* dalam Untung (2008) ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, salah satunya yaitu *corporate governance*. *Corporate governance* (tata kelola perusahaan) mendistribusikan hak dan kewajiban antara pihak-pihak dalam suatu korporasi. Tata kelola perusahaan harus diawasi untuk menjamin optimalisasi nilai perusahaan bagi para pemegang saham dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingannya. *Good corporate governance* mengatur mengenai prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. CSR menjadi salah satu prinsip pelaksanaan GCG, sehingga perusahaan yang melaksanakan GCG seharusnya melaksanakan CSR. Seperti yang di jelaskan dalam Pedoman umum *good corporate governance* Indonesia (2006) khususnya prinsip *responsibility*, dimana dalam pedoman tersebut dinyatakan, “Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang”. Semua hal tersebut tidak dapat terlaksana apabila perusahaan tidak melaksanakan atau menerapkan *good corporate governance*.

Dalam menjalankan perusahaan, ada manajerial dan institusional yang berperan untuk menentukan kebijakan-kebijakan (Freshilia dan Rustiri, 2014). Carningsih (2009) salah satu mekanisme *good corporate governance* diharapkan dapat memonitoring manajer perusahaan agar lebih meningkatkan nilai perusahaan dan kinerja perusahaan. Jadi apabila suatu perusahaan menerapkan *good corporate governance* (GCG) diharapkan kinerja perusahaan juga akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan juga diharapkan dapat meningkatkan harga saham perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai.

Dalam struktur *corporate governance*, terdapat beberapa elemen yaitu jumlah Komisaris, , Independensi Komite Audit, Kepemilikan Asing, Jumlah Rapat Dewan Komisaris, Komisaris Wanita, Independensi Dewan Komisaris Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional. Elemen-elemen inilah yang akan mengelolah perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara financial maupun non financial. (Pamungkas, 2012). Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan variabel *corporate governance* dengan proksi kepemilikan manajerial, komite audit, dewan direksi dan dewan komisaris.

Penelitian mengenai hubungan *corporate governance* dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan juga dengan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Dian dan litya (2013) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2013) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian komite audit terhadap nilai perusahaan menurut Sugiarto (2016) dan Wati (2017) yang menghasilkan kesimpulan bahwa komite audit

terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Namun tidak sejalan dengan pendapat Robin (2016) menyatakan bahwa komite audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Bahkan penelitian Rustiarini (2010) menyatakan bahwa komite audit terhadap nilai perusahaan berpengaruh signifikan. Dewan direksi terhadap nilai perusahaan menurut Robin (2016) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Syafitri, dkk (2018) yang menyatakan bahwa dewan direksi dan nilai perusahaan mengalami peningkatan secara signifikan. Namun tidak sejalan dengan penelitian Adestina (2015) yang menyatakan tidak berpengaruh. Sedangkan penelitian dewan komisaris terhadap nilai perusahaan Hasil penelitian Rahardja (2014), Yansayah (2018) dan Syafitri, dkk (2018) yang menyatakan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Dewi dan Nugrahanti (2014) yang menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan sampel yaitu perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Menurut Farizqi (2010) dalam Suharto (2015) perusahaan manufaktur memiliki banyak cakupan *stakeholder* yang luas meliputi investor, kreditor, pemerintah dan lingkungan sosial sehingga banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Ramadhani (2012) dalam Suharto (2015) berpendapat bahwa perusahaan manufaktur banyak memberikan pengaruh terhadap lingkungan di sekitarnya dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR. Selain itu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) umumnya merupakan perusahaan-perusahaan besar, tentu Perusahaan besar juga menjanjikan laba yang tinggi,

oleh karena itu banyak calon investor-investor yang tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan manufaktur.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dengan hasil yang berbeda-beda, peneliti tertarik untuk menguji dengan menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan manajerial, komite audit, dewan direksi, dan dewan komisaris dengan faktor-faktor tersebut apa saja yang akan secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga dapat membantu meningkatkan perusahaan, dengan sampel perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah penelitian dengan mengembangkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh dewan direksi terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah terdapat pengaruh dewan komisaris terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah penelitian di atas, maka peneliti mempunyai tujuan dalam penelitian ini. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

1. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- 2.. Pengaruh pengungkapan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh pengungkapan komite audit terhadap nilai perusahaan.
4. Pengaruh pengungkapan dewan direksi terhadap nilai perusahaan.
5. Pengaruh pengungkapan dewan komisaris terhadap nilai perusahaan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya tanggung jawab sosial dan tata kelola perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan di sekitar perusahaan berada.
2. Bagi investor, dapat memberikan bantuan atau sarana memilih perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, sosial dan keuangan sehingga meningkatkan nilai perusahaann sehingga mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam berinvestasi.
3. Bagi masyarakat, dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh atas kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial

4. Bagi lembaga-lembaga seperti Bapepam, IAI dan sebagainya, diharapkan penelitian ini digunakan untuk bahan pertimbangan dalam penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang ada.