

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keberlangsungan hidup perusahaan dapat terjaga secara kontinyu dengan meningkatkan kinerjanya agar tujuan perusahaan tercapai. Tujuan perusahaan jangka pendek yaitu mendapat laba maksimal dengan sumber daya yang ada, sedangkan tujuan jangka panjang adalah peningkatan nilai perusahaan. Menurut Hartoyo (2016), sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab dalam menyusun perencanaan mengenai bagaimana cara memaksimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan dapat tetap dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan sebuah perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan (Wijaya dan Panji, 2015).

Husnan dan Pudjiastuti (2002: 7) menyatakan nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar pula kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Nilai perusahaan dapat ditentukan dengan profitabilitas. Profitabilitas sangatlah penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya, dikarenakan profitabilitas

menunjukkan apakah prospek perusahaan dimasa yang akan datang bagus atau tidak. Jika profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa prospek perusahaan bagus sehingga investor akan merespon positif dan harga saham akan meningkat. Profitabilitas perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dengan menggunakan aset yang dimilikinya.

Devina *et. al.*, (2010) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham melalui program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi anggapan dasar bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Anggraini, 2010).

Isu *Coporate Social Responsibility* (CSR) sudah ramai dibicarakan, apalagi dengan masuknya unsur - unsur tersebut dalam pelaksanaan perusahaan yang termaktub dalam Undang – Undang Nomor 40 tahun 1997 di pasal 74. Perusahaan yang baik tidak akan memburu keuntungan ekonomi belaka . Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. CSR muncul sebagai akibat dari konflik antara masyarakat dan perusahaan karena efek yang timbul dari keberadaan perusahaan dan operasi ke lingkungan (Bidhari *et al.*, 2013).

Menurut Mc William and Siegel dalam Bidhari *et. al.*, (2013) mendefinisikan CSR sebagai aksi sosial diluar kepentingan perseroan. CSR adalah sebuah strategi perusahaan dan sebuah tindakan dengan konsekuensi biaya yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Selain itu CSR yang dilakukan perusahaan juga dapat mengurangi risiko sosial dan dalam jangka panjang dapat menguntungkan perusahaan. CSR mungkin memiliki keuntungan atau kerugian bagi perusahaan, tetapi hal ini tergantung pada efektivitas implementasi CSR oleh perusahaan.

Sama halnya yang diungkapkan Widyanti (2014) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan merupakan bahan pertimbangan bagi investor atau calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan akan menambah biaya operasional perusahaan, seperti biaya pengolahan limbah, perlindungan kesehatan, dan keselamatan kerja karyawan dan lingkungan. Hal ini mengakibatkan keuntungan yang diperoleh akan berkurang karena adanya biaya ekstra pada operasional perusahaan. Tetapi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga memiliki manfaat bagi perusahaan dalam segi penilaian masyarakat terhadap perusahaan, reputasi perusahaan yang baik di masyarakat dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Research Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Riset itu melakukan studi terhadap 100

perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Hasil riset menyatakan perusahaan di Indonesia memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand yang menjadi negara dengan kualitas implementasi CSR paling tinggi dengan nilai 56,8 dari total 100, sementara Singapura mendapatkan 48,8. Indonesia dan Malaysia sendiri masing-masing mendapatkan nilai 48,4 dan 47,7. Empat negara sampel tersebut memiliki tingkat pelaporan CSR yang tinggi, namun tidak otomatis membuat kualitas praktiknya pun tinggi (NUS dan ASEAN CSR Network, 2017).

Pengungkapan CSR jika dikembangkan dengan baik akan menciptakan ikatan emosional antara masyarakat dan perusahaan yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sayekti dan Ludovicus, 2007).

Kesadaran menjalankan CSR menjadi tren global, terutama munculnya produk-produk ramah lingkungan yang di produksi yang mementingkan kaidah sosial dan hak asasi manusia. Akuntabilitas dapat dipenuhi dan asimetri informasi dapat dikurangi jika perusahaan melaporkan dan mengungkapkan kegiatan CSRnya ke para *stakeholders*. Para *stakeholders* akan dapat mengevaluasi bagaimana pelaksanaan CSR dan memberikan penghargaan/sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya jika melakukan pelaporan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Yuniasih dan Wirakusuma, 2007)..

Praktik dan pengungkapan CSR merupakan implementasi konsep GCG. Pada prinsipnya antara lain menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholders* - nya, sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerja sama yang aktif dengan *stakeholders* demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Mekanisme GCG di perusahaan dapat dijadikan sebagai infrastruktur pendukung terhadap praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia, dengan adanya mekanisme GCG akan dapat mengurangi asimetri informasi. Konsep dari GCG dilatar belakangi oleh masalah pemisahan antara kepemilikan dengan pengelolaan di dalam perusahaan, yang selanjutnya dimodelkan dengan *agency theory*. Penerapan mekanisme GCG, pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan merupakan upaya yang sangat penting untuk mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik (Jensen dan Meckling, 1976).

Tumirin (2007) menyatakan adanya penerapan GCG akan mempengaruhi tercapainya nilai perusahaan. Perusahaan harus memastikan kepada para penanam modal bahwa dana yang mereka tanamkan untuk kegiatan pembiayaan, investasi, dan pertumbuhan perusahaan digunakan secara tepat dan seefisien mungkin serta memastikan bahwa manajemen bertindak terbaik untuk kepentingan perusahaan. Pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik merupakan kunci untuk meningkatkan nilai perusahaan meskipun tidak secara langsung, tetapi dengan pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik terbukti mampu mengurangi praktik manajemen laba oleh akuntan (Putra dan Simanungkalit, 2014).

Penerapan 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 *stakeholder* dan menghindari cara-cara menciptakan keuntungan sesaat. Dorongan dari peraturan (*regulatory driven*) memaksa perusahaan untuk patuh terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia, 2006).

Mekanisme *corporate governance* meliputi banyak hal, contohnya jumlah dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran dewan direksi, dan keberadaan komite audit. Adanya salah satu mekanisme GCG ini diharapkan monitoring terhadap manajer perusahaan dapat lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan. Jadi jika perusahaan menerapkan sistem GCG diharapkan kinerja tersebut akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai (Wardoyo dan Veronica, 2013).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai : Pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governnace* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Peserta CGPI .

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?

3. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumbangan informasi sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi kinerja keuangan serta sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta acuan untuk mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi.
3. Bagi Akademik

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan pengembangan pada bidang ilmu ekonomi khususnya manajemen. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.