

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan didirikan memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Seperti yang dikemukakan oleh Danarwati (2007), tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham atau memaksimalkan nilai perusahaan, bukan memaksimalkan profit. Karena arti dari memaksimalkan profit adalah mengabaikan tanggung jawab sosial, mengabaikan risiko, dan berorientasi jangka pendek.

Meningkatnya nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi bagi para pemegang saham, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, kesejahteraan pemilik juga akan meningkat. Tingginya nilai perusahaan dapat ditandai dengan semakin meningkatnya harga saham. 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 melakukan *go public* (Reny dan Priantinah, 2012).

Beberapa periode terakhir ini di Indonesia tidak sedikit perusahaan yang berusaha untuk, mendekat lebih dekat dengan masyarakat. Berbagai upaya dilakukan dalam bentuk dana maupun pelatihan. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan atau

*Corporate Social Responsibility. Corporate Social Responsibility* berkembang pada tahun 1990-an yang ditandai dengan munculnya definisi *Corporate Social Responsibility* oleh WBSD (*World Business Council for Sustainable Development*) pada tahun 1995, yang merupakan sebuah lembaga forum bisnis yang digagas oleh Badan Perserikatan Bangsa Bangsa untuk kalangan bisnis agar dapat berkontribusi dalam pembangunan. Konteks saat itu adalah konsep pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*), suatu konsep pembangunan demi masa depan tanpa merusak sumber daya alam, dimana mencoba menyatukan 3 elemen pembangunan, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. (Bambang dan Melia, 2013:12)

Pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* kini semakin di sadari oleh berbagai perusahaan sebagai salah satu strategi bisnis. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Amanti (2012), dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Pemerintah Indonesia menerbitkan regulasi yang mengatur *Corporate Social Responsibility*. Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam pasal 74 menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Diikuti dengan

dibentuknya peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Sehingga dengan munculnya regulasi tersebut, *Corporate Social Responsibility* sekarang tidak menjadi hal yang dianggap sukarela bagi perusahaan, melainkan menjadi kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan.

Menurut Nurlela dan Islahudin (2008) ada beberapa perusahaan yang telah menjalankan *Corporate Social Responsibility* tapi sangat sedikit yang mengungkapkannya ke dalam sebuah laporan. Alasan mengapa hal itu terjadi mungkin karena belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil baik penyusunan laporan maupun auditor.

Pengaturan *Corporate Social Responsibility* dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan *Corporate Social Responsibility* juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungannya (Rustiarini, 2010). Sanksi pidana mengenai pelanggaran pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* terdapat di dalam Undang-undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 41 ayat (1) yang menyatakan bahwa “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau kerusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya pasal 42 ayat (1) menyatakan “Barang siapa yang hanya karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran

dan/ atau merusak lingkungan hidup, diancam dengan pidana paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”.

Melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan tahunan, para shareholder dan stakeholder dapat mengevaluasi dan menetapkan keputusan tentang bagaimana aktivitas *Corporate Social Responsibility* perusahaan selama periode berjalan. Hal ini dilakukan perusahaan dengan harapan memperoleh respon positif dari investor, sehingga berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan yang menjadi kekuatan keuangan perusahaan di masa yang akan datang.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan merupakan bahan pertimbangan bagi investor atau calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut atau tidak. Perusahaan dituntut untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial. Adanya program *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan tersebut 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 tersebut. Tetapi program *Corporate Social Responsibility* juga memiliki manfaat bagi perusahaan dalam segi penilaian masyarakat terhadap perusahaan. Apabila citra perusahaan tersebut baik di masyarakat, maka akan terbentuk reputasi perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Widyanti, 2014)

Hasil penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan mengalami perbedaan. Seperti penelitian yang

dilakukan oleh Riana Anugrah Fitri (2014) Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan, hasilnya menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Vesy Novrianti (2010) Hasil penelitian tidak membuktikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap ROE sebagai proksi kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan *Good Corporate Governance* (GCG) yang terdiri dari Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Direksi, Komisaris Independen dan Ukuran Komite Audit tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap ROE sebagai proksi kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Cici Putri Dianawati (2016) hasil penelitian mengatakan bahwa semua variabel independen menimbulkan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas (ROE) sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian. Hasil uji secara langsung maupun tidak langsung menunjukkan variabel *corporate social responsibility* (CSR), *good corporate governance* (GCG) dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, ada beberapa pihak yang berperan dalam menentukan kebijakan, seperti manajerial dan institusional. Pihak manajerial adalah manajer atau direksi, sedangkan pihak institusional adalah pemegang saham, yang pada umumnya adalah institusional. Pemegang

saham sebagai pemilik perusahaan memberi mandat kepada manajer untuk mengelola perusahaan yang ia miliki. Manajer sebagai pengelola perusahaan berkewajiban untuk membuat keputusan terbaik bagi pemegang saham (Freshilia dan Rustiri, 2014).

Salah satu dasar penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan atas pelaksanaan fungsi-fungsi keuangan. Tujuan dari menganalisis laporan keuangan perusahaan, yaitu untuk menilai atau mengevaluasi suatu kinerja khususnya manajemen perusahaan dalam suatu periode, serta menentukan strategi apa yang harus diterapkan pada periode berikutnya jika tujuan perusahaan sebelumnya sudah tercapai. Hal ini menyadarkan para pemimpin perusahaan bahwa mengelola suatu perusahaan dalam abad informasi dengan sistem ekonomi yang bebas dan terbuka menjadi lebih kompleks. Semakin kompleksnya aktivitas pengelolaan perusahaan maka akan meningkatkan kebutuhan praktek tata kelola usaha yang baik (*Good Corporate Governance*) untuk memastikan bahwa manajemen berjalan dengan baik. Dengan memberikan prioritas terhadap perbaikan penerapan *Good Corporate Governance*, perusahaan dapat mengarah kepada peningkatan kinerja. Perusahaan yang dikelola dengan baik akan menumbuhkan keyakinan pelanggan dan memperoleh kepercayaan dari pasar (Ramadhani, 2009).

Menurut Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP), latar belakang kebutuhan atas *Good Corporate Governance*, 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 *Good Corporate Governance* timbul berkaitan dengan principal-agency theory. Implementasi dari *Good Corporate Governance* diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* diharapkan mampu mengusahakan keseimbangan antara berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan secara menyeluruh.

Masalah *Corporate Governance* muncul karena terjadinya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Pemisahan ini didasarkan pada *agency theory* yang dalam hal ini manajemen cenderung akan meningkatkan keuntungan pribadinya daripada tujuan perusahaan. Selain memiliki kinerja keuangan yang baik perusahaan juga diharapkan memiliki tata kelola yang baik (Yuniasih dan Wirakusuma, 2007).

*Corporate Governance*, terdapat elemen-elemen yaitu jumlah Komisaris, Independensi Dewan Komisaris, Jumlah Rapat Dewan Komisaris, Komisaris Wanita, Independensi Komite Audit, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Pemerintah. Elemen-elemen inilah yang berperan untuk mengolah perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara financial yang diharapkan dan juga melakukan aktivitas non financial. Selain itu terdapat elemen leverage yaitu hutang sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai asetnya di luar sumber dana modal dan ekuitas (Pamungkas, 2012).

Pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu perusahaan sektor

manufaktur. Menurut Farizqi (2010) sektor manufaktur memiliki cakupan *stakeholder* paling luas yang meliputi investor, kreditor, pemerintah dan lingkungan sosial sehingga perlu melakukan pengungkapan informasi sosial. Sedangkan Ramadhani (2012) berpendapat bahwa perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR. Menurut Agustina (2012), perusahaan manufaktur lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Umumnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan Dan Minuman yang Terdaftar di BEI 2012-2016).**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2016 ?
2. Apakah terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2016?
3. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance* secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2016 ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Pengukuran GCG menggunakan Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Komisaris Independen, Ukuran Dewan Direksi dan Komite Audit
2. Pengukuran CSR menggunakan *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)*
3. Nilai perusahaan dihitung dengan Tobin Q
4. Subyek penelitian adalah perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2016.

2. Mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2016.
3. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance* secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2016.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengetahuan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.
  - b. Menambah referensi dibidang akuntansi khususnya akuntansi keuangan yang relevan dengan isu-isu kontemporer
2. Manfaat Praktis
  - a. Pihak investor. Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam proses pengambilan keputusan
  - b. Pihak perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tentang tata kelola perusahaan yang baik serta pentingnya pertanggung jawaban sosial bagi kelangsungan perusahaan.