

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia termasuk salah satu negara yang berkembang di dunia, hal ini terbukti dengan adanya pembangunan di segala bidang termasuk pembangunan sektor ekonomi. Perekonomian di Indonesia yang semakin membaik menyebabkan timbulnya gairah bagi para pengusaha untuk mengelola perusahaannya di Indonesia. Perusahaan merupakan organisasi dimana sumber daya diproses untuk menghasilkan barang atau jasa bagi pelanggan. Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Tujuan perusahaan adalah mencapai laba yang sebesar-besarnya dan memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham (*stockholders*). Harjito dan Agus, 2005 (dalam Susanto dan Subekti, 2013) menyatakan bahwa tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda, hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya.

Di tengah persaingan global yang semakin ketat, perusahaan berlomba untuk meningkatkan daya saing di berbagai sektor untuk dapat menarik minat investor untuk berinvestasi. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar (investor)

percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Menurut Mulianti, 2010 (dalam Susanto dan Subekti, 2013) pada umumnya, faktor keuangan merupakan faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan. Salah satunya ialah sumber modal. Modal pada dasarnya berasal dari dua sumber yaitu dari dalam perusahaan (internal) dan luar perusahaan (eksternal). Sumber modal internal berasal dari setiap kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan seperti laba di tahan, akumulasi penyusutan dan beberapa sumber modal lainnya. Sedangkan sumber modal eksternal berasal dari pihak luar yang mau bekerja sama dengan perusahaan misalnya bank, koperasi, kreditur, supplier, dan juga pasar modal. Namun, faktor non keuangan juga sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang berdampak terhadap nilai perusahaan di mata investor. *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu faktor non keuangan yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat.

Menurut Wardoyo dan Veronica, 2013 *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga merupakan salah satu informasi yang harus tercantum di dalam laporan tahunan perusahaan seperti yang diatur dalam UU RI No. 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan

perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya dasar hukum yang kuat sehingga pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan yang semula hanya pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan peraturan menjadi pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*). CSR menjadi wajib karena perusahaan tidak hanya berorientasi kepada pemilik modal (investor dan kreditur), tetapi juga kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan, seperti konsumen, karyawan, masyarakat, pemerintah, supplier atau bahkan kompetitor. Anwar dkk, 2010 (dalam Wardoyo dan Veronica, 2013) mengatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tersebut memberikan citra (*image*) kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Sedangkan menurut Satyo 2015 (dalam Wardoyo dan Veronica, 2013) dengan melaksanakan CSR citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan

sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Good Corporate Governance* merupakan faktor non keuangan lainnya yang saat ini banyak dipertimbangkan oleh investor dalam menilai suatu perusahaan Sari dan Riduan, 2011 (dalam Susanto dan Subekti, 2013). Pelaksanaan *Good Corporate Governance* yang baik dan sesuai dengan peraturan yang berlaku akan membuat investor merespon secara positif terhadap kinerja perusahaan dan meningkatkan nilai pasar perusahaan Retno dan Priantinah, 2012 (dalam Susanto dan Subekti, 2013).

Tumirin 2007 (dalam Wardoyo dan Veronica, 2013), menyatakan adanya penerapan GCG akan mempengaruhi tercapainya nilai perusahaan. Perusahaan tentunya 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. 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. Sedangkan dorongan dari peraturan (*regulatory driven*) “memaksa” perusahaan untuk patuh terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku menurut Pedoman Umum *Good*

*Corporate Governance* Indonesia, 2006 (dalam Wardoyo dan Veronica, 2013). Mekanisme *Good Corporate Governance* meliputi banyak hal, contohnya jumlah dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran dewan direksi, dan keberadaan komite audit. Dengan 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. Carningsih 2009 (dalam Wardoyo dan Veronica, 2013) indikator mekanisme GCG yang digunakan adalah komisaris independen. Hal tersebut didasarkan pada pemikiran bahwa keberadaan komisaris ini dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada direksi secara efektif dan lebih memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Hal tersebut merupakan suatu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Masalah *Good Corporate Governace* muncul karena terjadinya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Pemisahan ini didasarkan pada Teori Agensi (*agency theory*) yang dalam hal ini manajemen cenderung akan meningkatkan keuntungan pribadinya daripada tujuan perusahaan. Oleh sebab itu, selain

memiliki kinerja keuangan yang baik perusahaan juga diharapkan memiliki tata kelola yang baik (*Good Corporate Governance*). Tata kelola perusahaan yang baik menggambarkan bagaimana usaha manajemen mengelola aset dan modalnya dengan baik agar menarik para investor. Pengelolaan aset dan modal suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan yang ada. Jika pengelolaannya dilakukan dengan baik maka, otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan (dalam Pertiwi dan Pratama, 2012).

*Good Corporate Governance* (GCG) adalah suatu aturan yang mengarahkan semua elemen perusahaan untuk berjalan bersama-sama guna mencapai tujuan perusahaan menurut Hafidzah, 2013 (dalam Fitri dan Herwiyanti, 2014). Sedangkan Retno dan Priantinah, 2012 (dalam Fitri dan Herwiyanti, 2014) menyatakan bahwa GCG diharapkan mampu mengusahakan keseimbangan antara berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan secara menyeluruh. Selain itu, implementasi dari GCG diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan?

## 1.3 Batasan Masalah

Peneliti akan membatasi masalah dalam penelitian ini adalah:

Peneliti hanya menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai proksi nilai perusahaan untuk mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan meliputi:

1. Manfaat Teoritis:

- a. Dapat memberikan informasi terhadap investor sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi.
- b. Menjadi referensi di bidang akuntansi keuangan dan akuntansi keberlanjutan.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan referensi penelitian yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya untuk tercapainya tujuan.