

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perusahaan merupakan organisasi atas sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan mendasar yang diketahui publik dari perusahaan ialah memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Namun tujuan yang sebenarnya tidak hanya sebatas untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham serta meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menurut Harmono (2009) ialah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Tujuan jangka panjang yang harus dicapai oleh perusahaan adalah tingginya nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya, karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham yang terdapat pada bursa efek untuk perusahaan yang sudah *go public*. Nilai perusahaan yang meningkat dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam pencapaian laba yang telah ditargetkan. Profit yang dihasilkan dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Tingginya tingkat kemakmuran pemegang saham dapat dilihat dari tingginya harga saham yang dimiliki, dan ini berpengaruh dalam peningkatan nilai perusahaan. Penerapan tata kelola perusahaan yang baik, peningkatan profitabilitas, pembagian dividen ke pemegang saham secara teratur, meminimalkan

resiko *financial* merupakan beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Banyaknya bermunculan perusahaan – perusahaan baru membuat persaingan yang terjadi semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menjalankan usahanya dengan lebih efektif dan efisien demi menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Perkembangan bisnis yang semakin modern menuntut perusahaan mulai berkompetisi dalam mempertahankan usahanya, hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan bukan hanya fokus pada perbaikan internal perusahaan atau dengan kata lain peningkatan profit saja, tetapi juga fokus dalam hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholders*.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep dimana organisasi bisnis bertanggung jawab atas dampak kegiatan mereka terhadap pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya serta lingkungan (Wibisono, 2007). Artinya CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan, maka semakin baik pula citra perusahaan di mata masyarakat.

CSR saat ini bukan lagi bersifat sukarela, tetapi suatu keharusan bagi perusahaan untuk melakukan dan menerapkannya. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya

dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran, (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Secara umum, undang-undang mengenai CSR di atas merupakan satu hal krusial dalam mendorong setiap perusahaan untuk ikut serta dalam tanggung jawab lingkungan dan sosial.

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan banyak dilakukan di Indonesia dan di Negara lain. Sebuah survey yang dilakukan oleh *National Consumers League and Fleishman Hillard International Communications* pada 31 Mei 2006, dikutip oleh Egwuonwu (2010) menunjukkan bahwa dua per tiga koresponden lebih memilih untuk membeli produk perusahaan yang mereka bertanggungjawab secara sosial, khususnya perusahaan yang memperlakukan karyawan dengan baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan dan profitabilitas melalui loyalitas konsumen yang terbangun dengan cara pelaksanaan kegiatan sosial di lingkungannya (Hani Chyntia M P S Raharja, 2013)

Kasus PT Silva Inhutani merupakan salah satu kasus yang muncul akibat dari pengabaian tanggung jawab social perusahaan di

Indonesia. Dinilai oleh tim pencari fakta, PT. Silva Inhutani melakukan beberapa pelanggaran, yaitu membiarkan pembuangan limbah di hutan register, tidak melaksanakan kewajiban penanaman lima persen tanaman kehidupan dengan pola kemitraan, tidak melaksanakan program CSR dan lainnya. Nilai perusahaan dapat dipastikan berkurang atau bahkan menurun karena adanya pemikiran negative dari masyarakat oleh adanya kasus tersebut. Dengan diterapkannya konsep CSR diharapkan mampu menghilangkan pemikiran negative masyarakat sehingga nilai perusahaan dapat meningkat serta kelangsungan hidup perusahaan terus berlanjut.

Ketidak mampuan meningkatkan keberdayaan atas kapasitas masyarakat lokal membuat pendekatan karikatif seperti pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di Negara – Negara berkembang kurang disukai oleh perusahaan. Penerapan pendekatan *community development* kemudian semakin banyak, karena lebih mendekati konsep *empowerment* dan *sustainable development*. Prinsip – prinsip *good corporate governance* seperti *fairness, transparency, accountability, dan responsibility* menjadi pijakan untuk mengukur keberhasilan program *Corporate Social Responsibility*.

Praktek dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep *Good Corporate Governance* (GCG). Perkembangan terbaru membuktikan bahwa manajemen tidak cukup hanya memastikan bahwa proses pengelolaan manajemen berjalan dengan efisien. Diperlukan instrument baru *Good Corporate Governance* (GCG) untuk memastikan bahwa manajemen

berjalan dengan baik. Ada dua hal yang ditekankan dalam konsep ini yaitu, pertama, pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar (akurat) dan tepat pada waktunya. Kemudian yang kedua yaitu kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat waktu, dan transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *stakeholders* (Khairandy & Malik, 2007)

Sistem informasi yang lebih bebas dan terbuka di era global saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan memerlukan tata kelola yang baik untuk memastikan manajemen perusahaan berjalan baik dan diikuti keyakinan dari pihak – pihak eksternal serta kepercayaan pasar. Sehingga dalam sepuluh tahun terakhir, *Good Corporate Governance* sangat populer, hal ini disebabkan dua hal : (1) *Good Corporate Governance* adalah salah satu kunci sukses perusahaan untuk tumbuh dan menguntungkan dalam jangka panjang, sekaligus memenangkan persaingan bisnis global, (2) Krisis ekonomi di kawasan Asia dan Amerika Latin yang diyakini muncul karena kegagalan penerapan *Good Corporate Governance* (Moeljono, 2005 dalam Thomas S Kaihatu, 2006).

Perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan para manajer perusahaan akan timbul dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan. Dimana tidak sedikit manajer yang lebih mendahulukan kepentingan pribadi dan bertentangan dengan tujuan perusahaan sehingga mengabaikan kepentingan pemegang saham yang dinamakan *agency problem*. Struktur kepemimpinan, diantaranya kepemilikan saham

oleh manajer dan kepemilikan saham oleh institusional mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan dan berkurangnya *agency cost*. Penyebab tumbangannya perusahaan besar di dunia, diantaranya Enron, Worldcom, Tyco, London & Commonwealth, Poly Peck, Maxwell adalah lemahnya pengawasan di dalam perusahaan dan terlalu besarnya kekuasaan eksekutif.

Kondisi *Corporate Governance* di Indonesia dalam kenyataannya masih banyak yang perlu diperbaiki. Dibandingkan dengan Negara lain, hasil Survey International memberikan nilai yang rendah kepada perusahaan – perusahaan yang ada di Indonesia dalam mewujudkan prinsip – prinsip *Good Corporate Governance*. Kondisi pelaksanaan *corporate governance* pada perusahaan – perusahaan yang ada di Indonesia berdasarkan hasil survey internasional dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Survey yang dilakukan oleh *Credit Lyonnais Securities Asia* (CLSA) terhadap standar – standar *corporate governance* yang dilakukan oleh 495 perusahaan yang ada di 25 negara berkembang selama bulan Februari sampai dengan bulan April 2001 menunjukkan bahwa rata-rata skor total untuk perusahaan – perusahaan di Indonesia yang disurvei hanya sebesar 37,81 dari skala 0,00 – 100,00 (100,00 adalah skor nilai tertinggi). Skor ini lebih rendah jika dibandingkan dengan skor total untuk perusahaan – perusahaan yang dsurvei di Negara Singapura (64,50), Malaysia (56,50), India (55,50), Thailand (55,10), Taiwan (54,60), China (49,10), Korea (47,10), dan Filipina (43,90). Dalam

hal ini terdapat tujuh aspek yang dinilai oleh CLSA, yaitu :
transparansi, kedisiplinan manajemen, kemadirian, akuntabilitas,
tanggung jawab, keadilan, dan kepedulian sosial dari perusahaan
(Aries, 2008 dalam Edi, 2010)

- b. Pada tahun 2003, CSLA pertama kali bekerja sama dengan *ASIAN Corporate Governance Association (ACGA)* dalam melakukan survey terhadap pelaksanaan *corporate governance* oleh perusahaan – perusahaan yang ada di kawasan Asia. Survey ini menggunakan standar nilai yang sama dengan tahun 2001 dan 2002 dan dilakukan terhadap 380 perusahaan di sepuluh Negara Asia. Hasil survey menunjukkan bahwa rata – rata skor total untuk perusahaan – perusahaan di Indonesia yang disurvei hanya sebesar 43,00 dari skala 0,00 – 100,00. Walaupun skor ini lebih tinggi dibandingkan dengan skor pada tahun sebelumnya, namun masih lebih rendah dibandingkan dengan skor kebanyakan Negara Asia lainnya. Hanya ada satu Negara yang disurvei yang memiliki skor yang lebih rendah dibandingkan Indonesia, yaitu Filipina. Singapura mempunyai skor 69,50, Malaysia mempunyai skor 65,00, India mempunyai skor 64,80, Thailand mempunyai skor 60,20, Taiwan mempunyai skor 58,70, China mempunyai skor 57,40, Korea mempunyai skor 70,80, dan Filipina mempunyai skor 39,80 (Gill dan Allen, 2003 dalam Edi, 2010)
- c. Berbeda dengan tahun – tahun sebelumnya, pada tahun 2004, CLSA dan ACGA melakukan penilaian pelaksanaan *corporate governance* berdasarkan pada lima aspek mikro, yaitu : (i) hukum

dan praktik; (ii) penegakkan hukum; (iii) lingkungan politik; (iv) standar – standar akuntansi dan audit; serta (v) budaya *corporate governance*. Masing – masing aspek mempunyai sejumlah pernyataan yang harus dijawab dengan ‘ya’ atau ‘tidak’ atau ‘kadang - kadang’. Jawaban ‘ya’ diberi nilai satu, jawaban ‘tidak’ diberi nilai nol, dan jawaban ‘kadang - kadang’ diberi nilai setengah. Hasil survey pada tahun 2004 ini menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai skor yang lebih rendah dibandingkan dengan Negara – Negara Asia lainnya, yaitu 40,00. Sebagai perbandingan, Singapura mempunyai skor 75,00, Hongkong mempunyai skor 67,00, India mempunyai skor 62,00, Malaysia mempunyai skor 60,00, Taiwan mempunyai skor 55,00, Korea mempunyai skor 58,00, Thailand mempunyai skor 53,00, Filipina mempunyai skor 46,00, dan China mempunyai skor 48,00 (Allen, 2004 dalam Edi, 2010).

- d. Pada tahun 2005, dengan menggunakan standar penilaian yang sama pada tahun 2004, hasil survey dari CLSA dan ACGA menunjukkan bahwa Indonesia masih menempati posisi yang terendah dengan skor 37,00. Sebagai perbandingan, Singapura mempunyai skor 70,00, Hongkong mempunyai skor 69,00, India mempunyai skor 61,00, Malaysia mempunyai skor 56,00, Taiwan mempunyai skor 52,00, Korea dan Thailand mempunyai skor 50,00, Filipina mempunyai skor 46,00 dan China mempunyai skor 44,00 (Gill dan Allen, 2005 dalam Edi, 2010)

- e. Pada tahun 2007, dengan menggunakan standar penilaian yang sama pada tahun 2004 dan 2005, hasil survey dari CLSA dan ACGA terhadap 582 perusahaan yang terdaftar pada bursa saham di sebelas Negara Asia menunjukkan bahwa Indonesia masih menempati posisi yang terendah dengan skor sebesar 37,00. Sebagai perbandingan, Hongkong mempunyai skor 67,00, Singapura mempunyai skor 65,00, India mempunyai skor 56,00, Taiwan mempunyai skor 54,00, Jepang mempunyai skor 52,00, Korea dan Malaysia mempunyai skor 49,00, Thailand mempunyai skor 47,00, China mempunyai skor 45,00, dan Filipina mempunyai skor 41,00 (Gill dan Allen, 2007 dalam Edi, 2010).

Berdasarkan survey di atas dapat disimpulkan bahwa *good corporate* menjadi faktor penentu yang strategis bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Fenomena globalisasi ekonomi yang terjadi pada saat ini memberikan kesadaran bahwa mewujudkan tanggung jawab social perusahaan (*corporate social responsibility*) dan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) bagi para stakeholder berpengaruh bagi nilai perusahaan.

Menurut Mulyadi (2006:73) Profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, oleh karena itu rasio ini menggambarkan tentang hasil akhir dari kebijakan dan keputusan operasional perusahaan.

Suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan aktivitas operasinya, harus berada dalam keadaan menguntungkan / *profitable*.

Tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Sehingga dengan demikian profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan (Mardiyati, 2012).

Kebijakan investor atas investasi yang dilakukan dipengaruhi oleh profitabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor, sebaliknya jika tingkat profitabilitas rendah akan membuat investor menarik kembali dananya. Sedangkan bagi perusahaan, tingkat profitabilitas dapat digunakan untuk menilai seberapa efektif pengelolaan badan usaha tersebut. Penambahan profitabilitas sebagai variable moderasi dalam penelitian ini karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggabungkan *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menganalisis pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dan menambahkan Profitabilitas sebagai variable moderasi untuk mengetahui apakah profitabilitas memperkuat atau memperlemah hubungan GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Peneliti memilih menganalisa laporan keuangan 45 perusahaan terbaik di Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (atau biasa disebut LQ-45).

Peneliti menggunakan seluruh populasi perusahaan yang masuk dalam kategori LQ-45 di BEI pada tahun 2016 – 2018. Pemilihan tahun

2016 – 2018 sebagai tahun pengamatan karena tahun tersebut merupakan tahun terbaru pada saat penelitian dilakukan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti akan mengkaji lebih jauh mengenai **“Pengaruh Good Corporate Governance(GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2018”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara simultan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengungkapan profitabilitas memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat untuk :

1. Peneliti
Menambah pengetahuan tentang pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderasi.
2. Perusahaan
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat khususnya mengenai pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi dan tambahan informasi dalam pengambilan keputusan oleh perusahaan.
3. Pihak lain
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk kajian akademik dan tambahan referensi tentang pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.