

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat menjadi suatu tantangan yang baru bagi perusahaan. Masing-masing perusahaan saling berlomba untuk memaksimalkan keuntungan yang didapat dengan cara meningkatkan daya saing di berbagai sektor. Pada dasarnya, tujuan utama dari didirikannya suatu perusahaan adalah untuk mencapai tingkat keuntungan yang maksimal. Menurut Chandra (2010), dalam Ardimas dan Wardoyo (2014) persaingan antar perusahaan untuk menghadapi dan mengantisipasi segala situasi agar mampu bertahan dan tetap maju di tengah situasi tersebut, khususnya dalam rangka pencapaian tujuan utama perusahaan. Selain memaksimalkan tingkat keuntungan yang diperoleh, tujuan lain dari didirikannya suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual (Mahendra, 2012). Hal ini dapat dilihat bahwa nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008). Bagi para investor nilai perusahaan merupakan konsep yang penting karena nilai perusahaan merupakan suatu indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Perkembangan bisnis pada perusahaan saat ini semakin modern, perusahaan

bukan hanya dituntut untuk meningkatkan dan memaksimalkan kondisi internal perusahaan tersebut namun juga dituntut untuk melakukan tanggung jawab sosial.

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan akan mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap lingkungan dan masyarakat disekitar perusahaan. Menurut Rustiarini (2010) dalam Rahayu, Ernia (2015) CSR merupakan suatu kepedulian perusahaan yang didasari pada tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom line yang terdiri dari *profit, people, dan planet*. Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan masyarakat yaitu perusahaan yang bertanggung jawab dalam memperbaiki kesenjangan sosial serta tidak melakukan kerusakan terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial atau CSR dengan baik akan berdampak pada citra perusahaan yang semakin baik di masyarakat maupun para investor. Perusahaan yang memiliki citra yang baik akan menarik minat para investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut, Selain itu masyarakat juga akan lebih tertarik untuk menentukan dan memilih produk dari perusahaan yang melakukan CSR dengan baik sehingga laba yang diperoleh oleh perusahaan pun juga akan meningkat. Selain perusahaan melakukan tanggung jawab sosial yang baik, perusahaan juga harus memiliki tata kelola perusahaan yang baik pula.

Tata kelola perusahaan atau yang sering disebut *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawaban kepada pihak-pihak yang

berkepentingan, shareholder pada khususnya dan stakeholder pada umumnya. Implementasi yang baik dari GCG diharapkan mampu menyeimbangkan berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan secara menyeluruh, sehingga dapat menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012). Untuk mengontrol agar perusahaan tetap pada batasan atau aturan yang telah ditentukan, perusahaan menggunakan mekanisme GCG. Agar hal tersebut dapat terlaksana dengan baik, maka diperlukan dukungan dari beberapa indikator pendukung mekanisme GCG seperti dewan komisaris, komite audit, dan kepemilikan manajerial.

Dewan komisaris independen adalah salah satu pendukung mekanisme GCG yang berperan pada puncak sistem pengelolaan internal perusahaan untuk aktivitas pengawasan serta memberikan nasihat kepada direksi sehingga menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan. Selain dewan komisaris independen, terdapat komite audit yang berfungsi untuk memonitor manajemen dalam melakukan tugasnya agar meminimalisir perilaku manajer untuk melakukan manajemen laba yang menghasilkan peningkatan kualitas laba yang dilaporkan. Serta, adanya dewan direksi yang turut bertanggung jawab dalam proses penyusunan laporan keuangan.. Penerapan GCG pada perusahaan dengan menggunakan beberapa indikator pendukung tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Adapun penelitian-penelitian tentang penerapan CSR terhadap nilai perusahaan seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo, budi & Murdani (2016) bahwa penerapan tanggung jawab sosial (CSR) secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, Ernia & Fidiana (2015) menunjukkan bahwa penerapan *corporate social responsibilty* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya sejalan dengan yang dilakukan oleh Oktrivina, (2016) bahwa tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Ardimas & Wardoyo (2014) berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial (CSR) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain penelitian penerapan CSR terhadap nilai perusahaan, penelitian GCG terhadap nilai perusahaan pada penelitian yang dilakukan oleh Ferial, feri dkk (2018) menyatakan bahwa tata kelola perusahaan atau *Good Governance Corporate* (GCG) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Surjadi, christy & Tobing (2016) tata kelola perusahaan (GCG) yang dijabarkan melalui dewan komisaris dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Veronica, Theodora M & Wardoyo (2013) *Good Corporate Governance* (GCG) yang dijabarkan melalui pengukuran dewan komisaris, komite audit tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan *research gap* diatas masih terdapat beberapa penelitian yang memiliki hasil yang tidak konsisten, maka dari itu pada penelitian ini akan memaksilmalkan penemuan baru terhadap penelitian nilai perusahaan yang

dipengaruhi oleh penerapan perusahaan dengan cara tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance (GCG)*.

Penelitian ini memiliki variabel dependen yaitu Nilai perusahaan dan variabel Independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. Pada penelitian ini akan memaksimalkan CSR dan GCG yang berdampak pada tinggi atau rendah nya nilai perusahaan pada suatu perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial dan memiliki tata kelola perusahaan yang baik. Selain kedua variabel tersebut, penelitian ini juga akan menghadirkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan. Ukuran Perusahaan merupakan suatu skala yang dapat mengetahui besar atau kecilnya perusahaan dalam total aktiva, *log size*, penjualan dan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar akan semakin mudah untuk memperoleh sumber pendanaan bagi perusahaan (Surjadi, Christy & Tobing, Rudolf, 2016). Penelitian ini menghadirkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi untuk memperkuat pengaruh antara CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2010). Penelitian mengenai nilai perusahaan telah dilakukan di Indonesia, nilai perusahaan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (Rahardjo, budi & Murdani, 2016 ; Rahayu, Ernia & Fidiana, 2015; Oktrivina, 2016), Dewan Direksi (Surjadi ,Christy & Tobing, Rudolf, 2016) ; Dewan Komisaris (Surjadi, Christy & Tobing, Rudolf, 2016 ; Maryanti, Eni & Fithri, 2017) ; Komite Audit (Surjadi, Christy & Tobing, Rudolf, 2016 ; Maryanti, Eni & Fithri, 2017) .Ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel moderasi (Surjadi, Christy & Tobing, Rudolf 2016) Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah dewan direksi berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah dewan komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan ?
6. Apakah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh dewan direksi terhadap nilai perusahaan?

7. Apakah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan?
8. Apakah ukuran perusahaan memoderasi pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh dewan direksi terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai efek moderasi ukuran perusahaan pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai efek moderasi ukuran perusahaan pada pengaruh dewan direksi terhadap nilai perusahaan.
7. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai efek moderasi ukuran perusahaan pada pengaruh dewan komisaris terhadap nilai perusahaan.
8. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai efek moderasi ukuran perusahaan pada pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating yang memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan investasi pada perusahaan dalam membuat keputusan investasi pada perusahaan yang mempedulikan masalah tanggung jawab sosial dan tata kelola perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tersebut.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dan pengetahuan serta dapat digunakan sebagai tambahan referensi untuk peneliti sejenis dan penelitian-penelitian selanjutnya.