

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam menjalankan operasinya tidak lepas dari pengaruh keputusan manajemen dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Dalam pengambilan keputusan tidak terlepas dari pertikaian kepentingan *principal* (pemilik perusahaan) dengan *insider* (manajerial). Hal itu dimungkinkan karena ketidaksesuaian antara keinginan manajer dengan keinginan pemilik perusahaan, di mana para manajer cenderung mengutamakan kepentingan pribadi dan bukan mengutamakan kepentingan perusahaan sehingga manajer hanya berorientasi pada kemakmuran bagi dirinya sendiri. (Kadek, dkk, 2015).

Konflik keagenan dapat terjadi bila manajemen perusahaan hanya mengutamakan kepentingan pribadi dari pada kepentingan pemilik perusahaan (Meckling 1976, Myers 1977 dalam Prawira dan Haryanto, 2015). Konflik keagenan dapat mengakibatkan munculnya biaya keagenan, yaitu suatu insentif yang pantas diberikan kepada manajemen untuk membiayai pengawasan kegiatan emiten. Biaya keagenan merupakan aliran kas yang dipergunakan sebagai beban pengeluaran atau bonus bagi manajemen yang tidak melakukan tindakan oportunistik. Agar dapat mengatasi konflik tersebut dapat digunakan cara yaitu pemberian balas jasa yang berbentuk insentif bagi para manajemen perusahaan atas aktivitas pemantauan yang dilakukannya supaya nilai perusahaan mengalami peningkatan.

Nilai perusahaan yaitu suatu kondisi yang sudah dicapai emiten yang menggambarkan keyakinan publik terhadap emiten tersebut (Syafitri, dkk, 2018). Peningkatan yang terjadi pada nilai perusahaan dapat menjadikan pasar tidak hanya mempercayai kinerja emiten pada periode sekarang tetapi juga prospek emiten pada periode berikutnya. Pertambahan nilai perusahaan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan (*sustainable*), jika perusahaan mempertimbangkan dimensi lingkungan, sosial dan ekonomi (*Corporate Social Responsibility*) (Syafitri, dkk, 2018).

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat menghasilkan nilai tambah dalam menciptakan rasa yakin pada diri investor jika emiten dapat terus tumbuh dan berkembang pada periode berikutnya (Purba dan Yadnya, 2015). Perusahaan yang menerapkan CSR akan memiliki rasa kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan sekitar tempat beroperasinya emiten. Berdasar pada teori signal, saat manajemen perusahaan memiliki *good news* maka pihak manajemen tersebut akan memberitahukan kepada pihak investor eksternal sehingga para investor eksternal menjadi lebih tertarik untuk melakukan pembelian sekuritas/saham perusahaan yang pada akhirnya dapat mengakibatkan meningkatkan nilai sekuritas emiten (Primady dan Wahyudi, 2015). Nilai perusahaan dapat ditingkatkan melalui berbagai faktor, diantaranya karena faktor *Good Corporate Governance*, ukuran perusahaan dan kinerja keuangan.

Corporate governance adalah suatu mekanisme pengelolaan emiten yang dapat memberikan penjelasan dapat keterkaitan antara berbagai pihak yang ada pada emiten dalam menetapkan orientasi dan performa emiten (Monks & Minow, 2007 dalam Syafitri, dkk, 2018). Untuk dapat meminimalkan konflik kepentingan yang terjadi dapat dilakukan dengan memberi insentif bagi manajemen yang sudah mengawasi jalannya perusahaan melalui komisaris independen. Besarnya jumlah komisaris independen menandakan bahwa semakin banyak koordinasi dan pengawasan yang dilakukan sehingga performa perusahaan akan mengalami peningkatan. Menurut Cruthley & Hansen (1989) dalam Wulansari (2017) bahwa semakin banyak jumlah komisaris independen maka fungsi koordinasi dan pengawasan yang dilakukan oleh emiten mengalami peningkatan yang menjadikan tindakan manajemen sesuai dengan harapan investor supaya nilai perusahaan mengalami peningkatan.

Ukuran perusahaan adalah jumlah/ukuran aset perusahaan yang menggambarkan keadaan perusahaan (Sienly dan Bram, 2008 dalam Widiastari dan Yasa, 2018). Besarnya ukuran perusahaan dapat menggambarkan tingginya komitmen perusahaan dalam melakukan perbaikan terhadap performanya yang menjadikan pasar berkeinginan untuk membayar lebih tinggi dalam memperoleh saham suatu perusahaan yang dapat menambah nilai perusahaan. Wedari (2006) dalam Rudangga dan Sudiarta (2016) mengemukakan jika ukuran perusahaan

merupakan pertambahan kapitalisasi pasar suatu perusahaan yang ditandai tingginya perolehan laba perusahaan dan besarnya nilai buku perusahaan.

Kinerja keuangan pada suatu emiten sangat bernilai esensi tinggi bagi para manajer sebab dapat menciptakan tingginya *outcome* baik dilakukan oleh kelompok atau individu pada organisasi bisnis (Sirapanji dan Hatane, 2015). Tingginya kinerja keuangan dapat menggambarkan potensi yang dimiliki oleh suatu emiten dalam menciptakan perolehan laba yang optimal bagi pemilik perusahaan. Berbagai rasio keuangan dapat menentukan tingginya kinerja keuangan perusahaan yang merepresentasikan nilai perusahaan yang sedang mengalami peningkatan. Perhitungan melalui rasio keuangan perlu dilakukan agar dapat memperlihatkan sukses tidaknya pengelolaan modal dan aset oleh para manajer perusahaan, disamping itu juga dapat memperlihatkan biaya yang dapat ditekan oleh para manajer dalam menambah nilai perusahaan. Menurut teori Modigliani dan Miller (1998) dalam Anwar, dkk (2015) mengemukakan jika kinerja keuangan perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Begitu halnya dengan perusahaan manufaktur, bahwa dalam melakukan kegiatannya sangat dimungkinkan menghasilkan dampak yang serius yang berbentuk polusi (udara, tanah, air dan suara). Hal tersebut bisa diakibatkan dari pengelolaan limbah yang kurang baik tentunya sehingga keamanan dan kenyamanan lingkungan sekitar menjadi terganggu. Fenomena masih memperlihatkan tingginya tingkat ketidakpedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Hal itu secara tidak

langsung dapat merubah persepsi publik terhadap emiten menjadi negatif. Disamping itu, masih dibebaninya emiten oleh aktivitas CSR yang jika tidak dilakukan dapat berdampak negatif di mata publik sehingga dapat berpengaruh pada nilai perusahaan yang akan dicapai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Trial Nilai Perusahaan Manufaktur pada 15 Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Harga Saham			
		2012	2013	2014	2015
1	Indocement Tunggak Prakarsa Tbk	22.450	20.000	25.000	22.352
2	Semen Indonesia (Persero) Tbk	15.850	14.150	16.200	11.400
3	Asahimas Flat Glass Tbk	8.300	7.000	8.050	6.550
4	Pelangi Indah Canindo Tbk	260	155	160	128
5	Unilever Indonesia Tbk	20.850	26.000	32.300	37.000
6	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	1300	1160	750	675
7	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	7.800	10.200	6.550	6.738
8	Indofood Sukses Makmur Tbk	1.640	6.600	6.750	5.175
9	Arwana Citramulia Tbk	410	820	870	500
10	Alkindo Naratama Tbk	470	660	735	735
11	Kedawung Setia Industrial Tbk.	495	345	364	191
12	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	1.230	1.220	950	635
13	Argha Karya Prima Industry Tbk.	800	810	830	875
14	Asiaplast Industries Tbk.	86	65	81	65
15	Champion Pacific Indonesia Tbk.	375	295	315	224

Sumber : Bursa Efek Indonesia (ICMD), 2018

Berdasarkan nilai perusahaan yang diproksi melalui harga saham memperlihatkan jika selama periode 2012 - 2015, perkembangan harga saham setiap perusahaan kurang signifikan yang menjadikan kurang stabilnya nilai perusahaan sebagai akibat dari fluktuasi harga saham. Peningkatan yang terjadi pada nilai

perusahaan dapat menjadikan pasar tidak hanya mempercayai kinerja emiten pada periode sekarang tetapi juga prospek emiten pada periode berikutnya.

Banyak faktor yang bisa memengaruhi nilai perusahaan, seperti dijelaskan pada peneliti terdahulu yang menunjukkan hasil yang inkonsisten. Penelitian Riyadi (2016) dan Setyarini dan Paramitha (2011) memperlihatkan CSR dipengaruhi secara positif oleh GCG. Berbeda dengan penelitain Natlylova (2013) memperlihatkan jika CSR tidak dipengaruhi oleh komisaris independen sebagai proksi dari GCG. Hasil penelitian Pratiwi (2017), Wulansari (2017), Puspita (2013), dan Natlylova (2013) memperlihatkan jika nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh komisaris independen sebagai proksi dari GCG.

Pada riset Jayanti (2011), Nur (2012) dan Putra dan Yadnya (2015) memperlihatkan jika CSR dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Berbeda dengan penelitain Oktariana (2014) memperlihatkan jika CSR tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Pada riset Pradipa (2016), Rudangga dan Sudiarta (2016), Novari dan Lestari (2017), Widiastari dan Yasa (2018) memperlihatkan jika nilai perusahaan dipengaruhi secara positif signifikan oleh ukuran perusahaan. Sedangkan pada riset Khumairoh, dkk (2017) memperlihatkan jika nilai perusahaan dipengaruhi secara negatif oleh ukuran perusahaan. Sedangkan pada riset Manoppo dan Arie (2016) memperlihatkan jika nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.

Hasil penelitian Pratama dan Wiksuana (2016) serta Sumanti dan Mangantar (2015) memperlihatkan jika nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan

secara positif signifikan. Sedangkan riset Novari dan Lestari (2016), Dhani dan Utama (2017) dan Andhieka dan Retnani (2017), Widiastari dan Yasa (2018) juga memperlihatkan jika nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan secara positif signifikan. Berbeda dengan riset Manoppo dan Arie (2016) dan Kusumayanti dan Astika (2016) memperlihatkan jika nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh kinerja keuangan.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian diatas menunjukkan bahawa terjadi perbedaan hasil antar peneliti, terutama pada variabel GCG, ukuran perusahaan dan kinerja keuangan sehingga perlu dilakukan penelitian ulang. Acuan yang digunakan pada riset ini adalah riset Pratiwi (2017) dengan memberikan model penelitian yang tidak cukup baik yaitu ditunjukkan dengan nilai *R Square* yang relatif kecil sebesar 28,3%. Oleh karena itu perbaikan model perlu dilakukan dengan mempertimbangkan variabel lain yaitu dengan menambah variabel intervening *Corporate Social Responsibility* sebagai solusi dalam memediasi GCG dan ukuran perusahaan atas nilai perusahaan. Pertimbangannya adalah nilai perusahaan yang bertambah dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan (*sustainable*), jika perusahaan mempertimbangkan dimensi lingkungan, sosial dan ekonomi. Hal tersebut dikarenakan kelangsungan hidup perusahaan adalah suatu bentuk keselarasan antara berbagai kepentingan lingkungan, sosial dan ekonomi (Primady dan Wahyudi, 2015). Hal yang membedakan bahwa penelitian terdahulu mempergunakan regresi linear berganda, sedangkan pada riset ini mempergunakan *path analisis*.

Berdasar pada penjelasan di atas, maka riset ini mengambil judul: PERAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MEMEDIASI GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI)

1.2 Perumusan Masalah

Berdasar pada penjelasan subbab sebelumnya di atas, maka terlihat jika permasalahan yang dihadapi oleh emiten yaitu adanya konflik kepentingan yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hal itu konsisten dengan kontradiksi pada riset terdahulu Sehingga perumusan masalah yang ada pada riset ini yaitu bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh emiten agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan permasalahan tersebut, maka timbul pertanyaan dalam riset pada perusahaan manufaktur di BEI adalah :

1. Apakah GCG dapat memengaruhi CSR ?
2. Apakah ukuran perusahaan dapat memengaruhi CSR ?
3. Apakah kinerja keuangan dapat memengaruhi CSR ?
4. Apakah GCG dapat memengaruhi nilai perusahaan?
5. Apakah ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan?
6. Apakah kinerja keuangan dapat memengaruhi nilai perusahaan?
7. Apakah CSR dapat memengaruhi nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adanya riset pada perusahaan manufaktur di BEI ini adalah untuk menguji secara empiris berbagai dampak berikut :

1. Dampak GCG pada CSR.
2. Dampak ukuran perusahaan pada CSR
3. Dampak kinerja keuangan pada CSR
4. Dampak GCG pada nilai perusahaan.
5. Dampak ukuran perusahaan pada nilai perusahaan.
6. Dampak kinerja keuangan pada nilai perusahaan.
7. Dampak CSR pada nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoretis

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan wacana pada tataran ilmu pengetahuan di bidang akuntansi keuangan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Akademi

Dapat menambah pengetahuan bagi para akademisi serta pada riset mendatang hasil riset ini bisa dipergunakan untuk bahan referensi.

2) Bagi Penulis

Dapat melatih kemampuan penulis dan menambah pengetahuan dalam menganalisis permasalahan dari teori yang sudah didapatkan selama mengikuti perkuliahan dengan fakta yang terjadi dilapangan.

3) Bagi Investor

Dapat dijadikan media bagi investor dalam melakukan penilaian, pemahaman dan penerimaan metode yang dipergunakan oleh manajemen saat perusahaan beroperasi dengan melihat faktor penentu CSR dan nilai perusahaan.