

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang menunjukkan bahwa negara ini berproses menjadi lebih baik, dapat dilihat dari pembangunannya pada segala bidang. Kemajuan baik ini berdampak pula pada perekonomian Indonesia yang menimbulkan keinginan para pengusaha untuk menjalankan usahanya di Indonesia semakin meningkat. Para pengusaha tentu membutuhkan dana dalam mendirikan perusahaannya, sumber dana dapat ditentukan apakah ingin menggunakan modal sendiri atau modal lain di luar perusahaan.

Perusahaan didirikan dengan tujuan tak lain adalah untuk memperoleh laba atau keuntungan. Keuntungan perusahaan tidak hanya digunakan untuk memenuhi kesejahteraan para investor yang memiliki saham perusahaan, akan tetapi juga sebagai salah satu unsur untuk menciptakan *corporate value* yang dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Corporate value menjadi sesuatu yang amat penting terutama bagi perusahaan *go public* yang memperoleh modal dari pihak eksternal karena ketika *corporate value* tinggi akan disertai tingginya kesejahteraan pemegang saham. *Corporate value* yang mampu menggambarkan prospek perusahaan kedepannya juga menunjukkan cerminan

total aset yang dimiliki perusahaan sehingga akan mempengaruhi para investor dalam mengambil keputusan untuk menanam saham di perusahaan tersebut.

Tabel 1.1
Perkembangan *Corporate Value*

SEKTOR	2014	2015	2016	2017
Pertanian	3.34	3.45	2.59	3.20
Pertambangan	1.34	1.02	1.33	1.12
Industri Dasar Kimia	1.38	1.24	1.26	1.27
Aneka Industri	1.24	1.11	1.10	1.05
Industri Konsumsi	3.22	2.50	2.40	2.59
Properti Real Estate	1.51	1.27	1.14	1.11
Infrastruktur Utilitas Transportasi	2.27	2.14	2.22	2.15
Keuangan	1.83	1.99	1.46	1.38
Perdagangan Jasa Investasi	2.39	2.11	1.86	1.72

Sumber: idx.co.id (2018), data diolah

Berdasarkan data di atas, perkembangan tiap sektor tercatat di BEI memiliki *corporate value* yang fluktuatif tiap tahunnya, oleh karena itu menarik untuk diteliti determinan *corporate value*. *Corporate value* dapat mengalami peningkatan dan penurunan (fluktuasi) karena dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal, di mana salah satu faktor yang mempengaruhi *corporate value* adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk kewajiban bagi perusahaan untuk memberikan lebih banyak dampak positif dan sedikit dampak negative pada masyarakat (Ferrel, Hirt, & Ferrel, 2006). *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Freeman (1984), teori *stakeholders* merupakan teori yang membahas kaitannya dengan berbagai pihak di mana merupakan sistem yang secara eksplisit memuat tentang sifat saling mempengaruhi antar suatu organisasi dan lingkungan.

Menurut Aburdene (2005) dalam bukunya *Megatrends 2010* menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki tanggung jawab terkait sosial, cenderung merupakan korporasi yang ditangani dengan baik dan *Corporate Social Responsibility* bukanlah faktor yang membuat berkurangnya keuntungan, tetapi justru merupakan faktor keberhasilan. Jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan berjalan dengan baik, hubungan antara pihak perusahaan dan pihak eksternal juga akan harmonis.

Corporate Social Responsibility pada perusahaan terbagi menjadi 6 jenis aktivitas yaitu *Corporate Philanthropy*, *Cause Promotions*, *Corporate Social Marketing*, *Cause Related Marketing*, *Community Volunteering* dan *Socially Responsible Business Practice (Community Development)* (Kotler & Lee, 2005). Namun, aktivitas yang paling banyak memberikan pengaruh bagi masyarakat sekitar perusahaan adalah *Corporate Philanthropy* dan *Community Development*. Dua aktivitas ini memberikan dampak bagus bagi perusahaan dan masyarakat yang nantinya mampu menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan semua pihak eksternal perusahaan (Marnelly, 2012).

Penelitian-penelitian terkait dengan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan *corporate value* telah cukup banyak dilakukan. Penelitian oleh Jitmaneroj (2017) mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate value*, sedangkan penelitian lain yang dilakukan Chen & Lee (2017) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap *corporate value*. Penelitian-

penelitian terdahulu menunjukkan inkonsistensi hasil penelitian. Pada beberapa perusahaan, *Corporate Social Responsibility* tidak efektif karena dianggap hanya sebatas kewajiban saja, maka dari itu dibutuhkan tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*) yang baik.

Good Corporate Governance merupakan tata kelola perusahaan yang menempatkan struktur, proses dan mekanisme yang berfungsi memastikan bahwa perusahaan ditujukan dan dikelola dengan cara yang benar dan mampu meningkatkan nilai pemegang saham secara jangka panjang melalui peningkatan kinerja korporat dan akuntabilitas manajer (Velnampy, 2013).

Good Corporate Governance atau tata kelola perusahaan diatur oleh pemerintah dengan menerapkan asas-asas yang diharapkan dapat berdampak pada hubungan yang baik antara perusahaan dengan pihak-pihak lain yang berkepentingan (Rimardhani, Hidayat, & Dwiatmanto, 2016). Kebijakan *Good Corporate Governance* ini baik untuk dipatuhi perusahaan-perusahaan *go public* karena perusahaan ini melibatkan banyak pihak di luar perusahaan. *The Business Roundtable* memandang bahwa dukungan masyarakat menentukan keberadaan sebuah perusahaan (Solihin, 2009). Perusahaan sering didirikan dekat dengan pemukiman masyarakat, aktivitas perusahaan dapat secara langsung dan tidak langsung mengganggu para masyarakat di sekitarnya. Harapan masyarakat adalah perusahaan tidak hanya memprioritaskan bagaimana memperoleh laba setinggi-tingginya saja akan tetapi juga memberikan imbal balik yang sepadan bagi masyarakat. Tata kelola yang benar yang berbasis pada

nilai-nilai keadilan, keterbukaan dan keberlanjutan merupakan tindakan bertanggung jawab sehingga *Good Corporate Governance* dapat dikatakan sebagai salah satu fondasi dari tanggung jawab sosial perusahaan (Poerwanto, 2010).

Good Corporate Governance mengacu pada seperangkat aturan dan insentif yang dengannya manajemen perusahaan dapat dikendalikan dan diarahkan. Karenanya, *Good Corporate Governance* yang baik memaksimalkan keuntungan dan nilai jangka panjang perusahaan bagi para pemegang saham. Pada perusahaan, konflik antara pelaku (pemegang saham) dan agen (manajemen) dimungkinkan dapat terjadi dan keputusan-keputusan yang diambil oleh dewan akan mengarah pada tingkat *corporate value* yang berbeda, bahkan tidak hanya berdampak pada *corporate value* tetapi juga pada implementasi kebijakan *Corporate Social Responsibility* (Ingley, Mueller, & Cocks, 2011). Dan *Good Corporate Governance* membantu mengurangi masalah keagenan dan informasi asimetris di pasar keuangan, meningkatkan lingkungan hukum, dan mempromosikan disiplin pasar (Moura & Norden, 2019).

Berdasarkan uraian, *research gap* dan fenomena bisnis di atas, penelitian ini hendak menganalisis dampak dari *Corporate Philanthropy* dan *Community Development* yang merupakan bagian dari aktivitas *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan *corporate value* dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderating. Maka permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Peran *Good Corporate Governance* dalam memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Value*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah pada penelitian ini, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran *Good Corporate Governance* dalam memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Corporate Value*. Dari rumusan masalah tersebut maka diperoleh *question research* sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Philanthropy* terhadap *corporate value* ?
2. Bagaimana pengaruh *Community Development* terhadap *corporate value* ?
3. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *corporate value*?
4. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* dalam memoderasi *Corporate Philanthropy* dengan *corporate value* ?
5. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* dalam memoderasi *Community Development* terhadap *corporate value*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis keterkaitan antara *Corporate Philanthropy* dan *Community Development* terhadap *corporate value* dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderating
2. Menyusun model peningkatan *corporate value* pada perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai sumbangsih dan masukan berupa referensi ilmiah untuk mata kuliah keuangan khususnya mengenai peningkatan *corporate value* (nilai perusahaan).

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan referensi pada perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengenai peningkatan *corporate value*.