

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan mendasar didirikannya perusahaan adalah untuk mendapatkan laba sebanyak-banyaknya dan memakmurkan para pemilik perusahaan dalam hal ini para pemegang saham. Di tengah persaingan global dunia usaha yang semakin ketat seperti saat ini, perusahaan saling berlomba-lomba untuk meningkatkan daya saingnya di berbagai sektor demi menarik calon investor untuk menanamkan modalnya. Oleh sebab itu, nilai perusahaan menjadi indikator yang sangat penting untuk dapat mempengaruhi pertimbangan calon investor terhadap perusahaan.

Jensen (dalam Ramdhani dan Hadiprajitno, 2012) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholder*, di mana manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham tidak akan ragu untuk lebih banyak lagi menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan dari para pemilik perusahaan, karena dengan

nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Dalam proses untuk meningkatkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer selaku pengoperasional perusahaan dengan pemegang saham selaku pemilik perusahaan yang sering disebut *agency problem*. Jensen dan Meckling (dalam Randy dan Januarti, 2013) menyatakan bahwa sebagai *agent*, manajer bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*), namun di sisi lain manajer juga mempunyai kepentingan memaksimalakan keuntungannya sendiri. Oleh sebab itu, sering kali terjadi pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham, hal tersebut bisa terjadi karena manajer lebih megutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer.

Konflik antara manajer dengan pemegang saham dapat mengakibatkan munculnya sifat *opportunistic* manajemen yang bisa mengakibatkan rendahnya kualitas laba. Rendahnya kualitas laba dapat mengakibatkan kesalahan pada saat pengambilan keputusan oleh para pihak yang berkepentingan seperti para investor dan kreditor, sehingga dalam hal ini bisa berdampak pada berkurangnya nilai perusahaan (Siallagan, 2006). Konflik keagenan antara manajer dengan pemegang saham dapat diminimalkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga muncul biaya keagenan (*agency cost*). Salah satu mekanisme yang diharapkan mampu untuk mengontrol

biaya keagenan tersebut yaitu dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*).

Menurut Forum *Corporate Governance in Indonesia* (dalam Bagus Susanto, 2013) *Good corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur mengendalikan perusahaan. Hubungan ini diatur melalui prinsip-prinsip *corporate governance* antara lain *accountability, responsibility, transparency, fairness, dan independency*.

Good corporate governance (GCG) merupakan bentuk pengelolaan perusahaan yang baik, di dalamnya mencakup suatu bentuk perlindungan terhadap kepentingan pemegang saham sebagai pemilik perusahaan dan kreditur sebagai penyandang dana ekstern. Sistem *corporate governance* yang baik akan memberikan perlindungan efektif kepada para pemegang saham dan kreditur untuk memperoleh kembali atas investasi dengan wajar, tepat dan seefisien mungkin, serta memastikan bahwa manajemen bertindak sebaik yang dapat dilakukannya untuk kepentingan perusahaan (Sukamulja, dalam Pradhita Purwaningtyas 2011).

Dalam *good corporate governance* terdiri dari dua unsur, yaitu unsur yang berasal dari dalam perusahaan (*corporate overnance internal*) dan unsur yang berasal dari luar perusahaan. *Corporate governance internal* perusahaan adalah unsur yang selalu diperlukan dalam perusahaan dan sangat berperan dalam

mengelola perusahaan. Unsur-unsur *corporate governance* internal perusahaan meliputi pemegang saham, direksi, dewan komisaris, manajer, karyawan, sistem, dan komite audit. *Corporate governance* eksternal perusahaan adalah unsur yang selalu dibutuhkan atau diperlukan di luar perusahaan dan mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Adapun unsur-unsur *Corporate governance* eksternal perusahaan adalah kecukupan undang-undang dan perangkat hukum, investor, institusi penyedia informasi, akuntan publik, institusi yang memihak kepentingan publik bukan golongan, pemberi pinjaman, dan pengesah legalitas (Kresnohadi, dalam Danang Febryanto, 2013)

Dengan menerapkan mekanisme *Corporate Governance*, perusahaan diharapkan mampu untuk mengatasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer selaku pengoperasional perusahaan dengan pemegang saham selaku pemilik perusahaan, yang selanjutnya berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Oleh karena itu, baik perusahaan terbuka maupun perusahaan tertutup harus memperhitungkan *good corporate governance* sebagai salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa penerapan *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, seperti pada penelitian Randy dan Juniarti (2013). Hal ini disebabkan tingginya kesadaran perusahaan untuk menerapkan GCG sebagai suatu kebutuhan, bukan sekedar kepatuhan terhadap regulasi yang ada dan manajemen perusahaan sangat tertarik dari manfaat jangka panjang penerapan GCG. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Siallagan dan Machfoedz (2006) yang menyimpulkan bahwa *good*

corporate governance yang diukur dengan menggunakan variabel dewan komisaris dan komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Bagus Susanto (2013) juga menemukan bahwa *good corporate governance* yang diukur dengan menggunakan variabel kepemilikan manajerial dan komisaris independen juga memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan beberapa penelitian terdahulu juga menemukan tidak ada hubungan antara *good corporate governance* dengan nilai perusahaan. Penelitian Frysa Pradhita Purwaningtyas (2011) menyimpulkan bahwa *good corporate governance* yang diukur dengan menggunakan variabel dewan komisaris dan komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Veronica dan Wardoyo (2013) yang menemukan bahwa *good corporate governance* yang diukur menggunakan variabel dewan komisaris, komisaris independen, serta jumlah komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dengan semakin sengitnya persaingan usaha seperti saat ini, nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan perusahaan saja tapi faktor non keuangan juga dapat mempengaruhi pertimbangan calon investor untuk menelaah nilai perusahaan. Selain *good corporate government*, faktor non keuangan lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Menurut Nugroho (dalam Dahlia dan Siregar, 2008) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebuah wacana yang menjadikan

perusahaan tidak hanya berkewajiban atau beroperasi untuk pemegang saham (*shareholders*) saja namun juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders*. CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial dimana perusahaan tersebut berada. Pemikiran tersebut didasarkan pada 3P yaitu (*profit, people, planet*) menurut *Global Compact Initiative* yaitu tujuan perusahaan tidak hanya memburu keuntungan ekonomi (*profit*) namun juga untuk kesejahteraan orang (*people*), dan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan hidup planet ini.

Konsep *corporate social responsibility* (CSR) mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Pemikiran yang melandasi adanya *corporate social responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, *supplier* dan juga *competitor* (Rika dan Islahuddin, 2008).

Di Indonesia, kesadaran untuk menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) sudah mulai berkembang. Hal ini didasarkan dengan adanya peraturan yang mengatur tentang lingkungan hidup dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 Tahun 2007. Undang-undang ini menyatakan :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).
2. TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dengan adanya peraturan ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Bila ada perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam tidak mengungkapkan laopran pertanggung jawabannya pada laporan tahunannya, perusahaan tersebut mendapat sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa jumlah perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibiliy* (CSR) dalam laporan tahunannya semakin bertambah. Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan tanggungjawab sosial adalah untuk alasan strategis. Meskipun belum diwajibkan, tetapi dapat dikatakan bahwa banyak perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2005 sudah menerapkan praktik CSR dalam laporan tahunannya dalam persentase yang beragam.

Seiring berjalannya waktu, *corporate social responsibility* (CSR) tidak lagi mengacu pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang diterapkan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tapi juga tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. *Triple bottom lines* lainnya selain finansial juga mencakup sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana penilaian masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Jajaran manajemen maupun investor perusahaan sadar bahwa pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan saja sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (dalam Anggraini, 2006) menyatakan bahwa investor individual tertarik dengan informasi sosial yang dilaporkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana itu disebut dengan laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*). Menurut Kiroyan (dalam Wien Ika Permansari, 2010), berpendapat bahwa perusahaan berharap jika dengan menerapkan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu

yang panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Arif Rachman (2012) menunjukkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya pengungkapan CSR maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Gunawan dan Sri Utami (2008) dan penelitian Rustiarini (2010). Penelitian Zuhroh dan Putu (dalam Nurlala dan Islahuddin, 2008) menemukan bukti bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* memiliki pengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori tipe industri *high profile*.

Namun penelitian Ira Agustine (2014) menunjukkan hasil pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak memberikan pengaruh signifikan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena, yaitu: rendahnya pengungkapan CSR, variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung dan kecenderungan investor dalam membeli saham. Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Ramdhani dan Hadiprajitno (2010).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai *good corporate governance* (GCG) dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

terhadap nilai perusahaan sangat menarik untuk diteliti kembali, mengingat penelitian sebelumnya memberikan hasil yang berbeda-beda dalam penelitiannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *good corporate governance* yang diukur dengan menggunakan indikator kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, serta komite audit) dan pengungkapan *corporate sosial responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan melibatkan tipe industri sebagai variabel moderating.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang melatar belakangi dalam penelitian ini adalah adanya kesenjangan atau perbedaan hasil dari peneliti-peneliti terdahulu (*research gap*). Penelitian Siallagan dan Machfoedz (2006) menunjukkan hasil bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi untuk kepemilikan manajemen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian itu berlawanan dengan hasil penelitian Bagus Susanto (2013) yang menyatakan kepemilikan manajemen dan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan komite audit dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara Frysa Praditha Purwaningtyas (2011) dalam penelitiannya menyimpulkan kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, akan tetapi untuk komisaris independen dan komite audit tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sementara itu Arif Rachman (2012) dalam penelitiannya menyimpulkan *corporate sosial responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian itu sejalan dengan penelitian Gunawan dan Utami (2008), tapi berlawanan dengan hasil penelitian Ramdhani dan Hadiprajitno (2012) dan penelitian Ira Agustine (2014) yang menyimpulkan pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan *research gap* yang telah dijelaskan, maka diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kepemilikan manajemen mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah kepemilikan institusional mempengaruhi nilai perusahaan?
3. Apakah dewan komisaris independen mempengaruhi nilai perusahaan?
4. Apakah komite audit mempengaruhi nilai perusahaan?
5. Apakah pengungkapan *corporate sosial responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?
6. Apakah tipe industri sebagai variabel moderating mempengaruhi hubungan antara kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah tipe industri sebagai variabel moderating mempengaruhi hubungan antara kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan?
8. Apakah tipe industri sebagai variabel moderating mempengaruhi hubungan antara dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan?
9. Apakah tipe industri sebagai variabel moderating mempengaruhi hubungan antara komite audit terhadap nilai perusahaan?
10. Apakah tipe industri sebagai variabel moderating mempengaruhi

hubungan antara pengungkapan *corporate sosial responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan.
4. Pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan.
5. Pengaruh pengungkapan *corporate sosial responsibility* terhadap nilai perusahaan.
6. Pengaruh tipe industri sebagai variabel moderating pada hubungan antara kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan.
7. Pengaruh tipe industri sebagai variabel moderating pada hubungan antara kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.
8. Pengaruh tipe industri sebagai variabel moderating pada hubungan antara dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan.
9. Pengaruh tipe industri sebagai variabel moderating pada hubungan antara komite audit terhadap nilai perusahaan.
10. Pengaruh tipe industri sebagai variabel moderating pada hubungan antara pengungkapan *corporate sosial responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang manfaat dari penerapan *good corporate governance* (GCG) serta pentingnya pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR) di dalam laporan *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial.

2. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan alternatif baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang diperlukan dalam investasi.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan dorongan secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan dan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harusnya diperoleh.

4. Bagi kalangan akademis

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan *good corporate governance*, *corporate sosial responsibility*, tipe industri serta nilai perusahaan yang dapat digunakan untuk penelitian para akademisi dan praktisi di masa yang akan datang.