

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Berdirinya perusahaan didasari atas tujuan dari pendirinya, tujuannya adalah mencapai keuntungan yang maksimal bagi pemilik, keuntungan dalam jangka pendek adalah laba perusahaan dan keuntungan jangka panjang adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat di lihat dari nilai saham, nilai saham suatu perusahaan mencerminkan nilai dari perusahaan tersebut, harga saham merupakan cerminan dari nilai pasar perusahaan yang di tentukan oleh minat investor untuk membeli atau menjual saham perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan (Rahayu and Sari, 2018)

(Retno and Priantinah, 2012) mengungkapkan bahwa peningkatan nilai perusahaan yang berkesinambungan adalah tujuan jangka panjang perusahaan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham. Faktor keinginan investor untuk melakukan investasi adalah kepastian atas kelangsungan hidup perusahaan dan tingkat pengembalian atas modal yang di tanamkan dengan tingkat *return* tinggi dengan resiko yang sama atau *return* yang sama dengan tingkat resiko yang rendah. Meningkatnya nilai perusahaan dapat mempengaruhi tingkat kemakmuran dari pemilik dan para pemegang saham lainnya.

Struktur kepemilikan memberikan dampak yang besar bagi keberlangsungan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan maka dibutuhkan struktur kepemilikan yang dapat memberikan pengawasan maksimal kepada para manajer agar menjalankan tugasnya untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan melalui peningkatan nilai

perusahaan (Fahdiansyah, Qudsi and Maulachela, 2018). Litz *et al.* (2004) dalam (Layyinaturrobaniyah *et. al.*, 2014) mengungkapkan bahwa kepemilikan keluarga dapat meningkatkan maupun menurunkan kinerja keuangan yang di sebabkan oleh *agency cost*. *Agency Cost* timbul saat perusahaan memperkerjakan pihak luar untuk mengelola perusahaan. Perusahaan yang dimiliki oleh manajer atau dikelola oleh salah satu keluarga (*insider*) akan menimbulkan *cost agency* yang rendah, sedangkan saat perusahaan harus memperkerjakan orang lain (*outsider*) secara signifikan menimbulkan *agency cost* lebih tinggi. Adanya keluarga yang mengelola perusahaan dapat menekan masalah keagenan yang terjadi antara *agent* dan *principal* karena pengambil keputusan dan pengelola di lakukan oleh *agen* yang sekaligus *principal* dalam perusahaan, sehingga dapat menurunkan *agency cost*. Timbulnya kepemilikan yang terkonsentrasi merupakan upaya untuk mempertahankan hak – hak pemilik saham dengan mengurangi asimetri informasi dan biaya keagenan yang mengakibatkan munculnya kontrol untuk mengatur kebijakan manajerial (Ferdinal, 2012). Dalam penelitian yang dilakukan (Astuti and Muna, 2017) menyebutkan bahwa struktur kepemilikan keluarga berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan perusahaan yang tergabung dalam LQ 45 tahun 2012 – 2013, penelitian ini berbanding terbalik dengan (Tangke, 2019) mengungkapkan bahwa kepemilikan keluarga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2016.

Faktor lain yang di duga mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. (Setyawan, Topowijono and Nuzula, 2016) mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan dan merupakan kesempatan perusahaan untuk melakukan investasi pada hal – hal yang menguntungkan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang baik berdampak positif terhadap perusahaan karena akan menarik minat investor untuk berinvestasi di

perusahaan, pertumbuhan perusahaan yang baik menandakan produktivitas yang di jalankan perusahaan baik, tujuan utama dari investor sebelum melakukan investaasi adalah untuk medapatkan pengembalian maksimal atau sesuai dengan yang di harapkan atas modal yang di tanamkan dalam perusahaan. Informaasi mengenai pertumbuhan perusahaan akan di respon positif oleh investor yang berdampak pada permintaan atas saham, sehingga harga saham meningkat dan berpengaruh pula pada meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian yang di lakukan oleh (Sari and Abundanti, 2014), (Suryandani, 2018), mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang di lakukan (Kusuma, Suhadak and Arifin, 2013) mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Semakin berkembangnya bisnis yang dijalankan, maka perusahaan tidak hanya fokus pada konsep *Single Bottom Line*, yaitu diukur dengan memaksimalkan laba perusahaan, tetapi diharapkan perusahaan bertanggung jawab terhadap masalah disekitarnya, sehingga perusahaan berpijak pada konsep *Triple Bottom Line* yang di kemukakan oleh Elkington tahun 1997, terdiri dari dimensi ekonomi (*profit*), dimensi sosial (*people*), dan dimensi lingkungan (*planet*) (Rosyidah, 2017). *People* yaitu perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia, seperti pemberian beasiswa, pendirian sarana pendidikan, *planet* yaitu perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati, seperti penghijauan lingkungan, dan *profit* yaitu perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. Hal ini juga di perkuat dengan dikeluarkannya UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan terbatas, mengungkapkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan

Tanggung jawab Sosial”. Bagi perseroan yang tidak menjalankan Tanggung Jawab Sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Undang-undang ini di pertegas dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012. Kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan akan berdampak pada citra perusahaan, tidak hanya melaksanakan CSR, pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dapat membangun citra yang baik di kalangan masyarakat. Pengungkapan CSR merupakan cara bagi perusahaan untuk meningkatkan loyalitas dari konsumen, karena konsumen akan cenderung memilih perusahaan yang memiliki citra dan reputasi baik di masyarakat. Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena para investor tidak hanya membutuhkan informasi keuangan, namun juga informasi non keuangan, yaitu sosial dan lingkungan. Penelitian yang di lakukan oleh (Anindita and Yuliati, 2017) mengungkapkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pentingnya pengungkapan CSR bagi pihak eksternal membuat pengungkapan CSR dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti struktur kepemilikan dan pertumbuhan perusahaan. Struktur kepemilikan yang di dominasi oleh kepemilikan keluarga pada umumnya lebih kurang termotivasi untuk melakukan pengungkapan tambahan mengenai CSR, karena para *shareholder* dapat memperoleh informasi secara langsung dari perusahaan (Tamba, 2011), sedangkan perusahaan yang kepemilikan terdispersi akan memperbaiki kebijakan pelaporan keuangan dengan menambahkan pengungkapan CSR untuk mengurangi asimetri informasi, karena pemegang saham membutuhkan informasi guna pengambilan keputusan, tetapi tidak bisa mendapatkan informasi dari perusahaan secara langsung. Kepemilikan keluarga juga akan memperkecil tingkat *cost agency*, karena pemegang saham tidak membutuhkan pihak lain untuk mengelola perusahaan, sedangkan kepemilikan oleh pihak instusional dan asing berpengaruh pada tingginya *cost agency*. Penelitian yang dilakukan

oleh (Sari, 2017) mengungkapkan bahwa Kepemilikan keluarga berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Corporate social responsibility*. Munsaidah et. al. (2016) dalam (Octarina, Majidah and Muslih, 2018) mengungkapkan bahwa Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor untuk melakukan investasi, karena pertumbuhan perusahaan dapat menunjukkan peningkatan kerja perusahaan yang berdampak pada kenaikan laba perusahaan pada masa depan. Perusahaan yang pertumbuhannya tinggi cenderung melakukan pengungkapan CSR lebih baik. Penelitian yang dilakukan dan (Yuliani, 2014) mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility*, sedangkan penelitian oleh (Octarina, Majidah and Muslih, 2018) mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dan penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan dengan dipengaruhi pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. Hal ini dikarenakan pada penelitian terdahulu terdapat ketidakpastian antara faktor – faktor yang mempengaruhi tiap variabel, ketidak konsistensian ini mungkin dipengaruhi oleh jenis variabel, sampel dan tahun yang digunakan oleh peneliti, sehingga perlu di lakukan penelitian kembali guna mengetahui faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan di proksikan oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur atau indikator bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan dan pentingnya pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Peneliti menggunakan indikator penelitian CSR dengan indeks GRI-G4 yang tidak hanya berfokus pengungkapan tanggung jawab sosial tetapi juga pengungkapan yang berkaitan dengan ekonomi, sosial dan lingkungan. Objek penelitian yang menggunakan perusahaan manufaktur sektor Barang

Konsumsi (*consumer goods*) yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengambilan perusahaan manufaktur ini dikarenakan pada perusahaan manufaktur aktivitas usaha yang di lakukan lebih kompleks dan perusahaan manufaktur juga berhubungan langsung dengan lingkungan seperti, pencemaran lingkungan karena limbah, polusi dari pabrik, energi yang di gunakan , dan hasil dari aktivitas usaha berdampak pada kondisi lingkungan dan masyarakat. Penelitian ini menggunakan tahun periode 2016 – 2018, dengan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan jumlah sampel yang cukup diharapkan dapat mengetahui keterkaitan antara tiap faktor dan menghasilkan tingkat generalisasi yang lebih baik di bandingkan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian dengan judul ***“pengaruh kepemilikan keluarga dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel intervening”***

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kepemilikan keluarga berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2018?
2. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2018 ?
3. Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2018 ?
4. Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) mengintervening hubungan antara kepemilikan keluarga terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2018 ?
5. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mengintervening hubungan antara pertumbuhan perusahaan terhadap

nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2018 ?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui apakah kepemilikan keluarga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2018.
2. Untuk mengetahui apakah pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2018.
3. Untuk mengetahui apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) tahun 2016-2018
4. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* dapat mengintervening hubungan antara kepemilikan keluarga terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* dapat mengintervening pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat

Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi mengenai pengaruh kepemilikan keluarga dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening.

Manfaat Praktisi

1. Bagi perusahaan yang di teliti, penelitian ini dapat digunakakan sebagai bahan pertimbangan dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat di gunakan sebagai pembanding antara teori yang ada dengan keadaan yang sebenarnya yang terdapat di dalam perusahaan.