

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Tujuan dari sebuah perusahaan adalah untuk mencapai laba sebanyak banyaknya atau memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham (*stockholders*). Pada saat ini perkembangan dunia usaha kian meningkat dengan pesat. Sehingga menyebabkan persaingan global yang juga kian meningkat pesat sehingga menyebabkan perusahaan meningkatkan daya saing agar dapat menarik perhatian investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Dengan ketatnya persaingan antar perusahaan, alhasil menuntut para manajer untuk menerapkan strategi bisnis yang tepat yang dapat meningkatkan kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga perusahaan dapat bersaing di dunia bisnis yang sangat kompetitif. Nilai perusahaan menjadi salah satu nilai penting untuk mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai persepsi investor terhadap perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka dapat memberikan sinyal positif kepada para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik usaha. (Wiagustini,2010). Nilai perusahaan akan menjadi sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti dengan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency problem*. Tidak jarang pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang

bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham.

Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*, hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Wien Ika Permanasari, 2010: 1).

Nilai perusahaan yang tinggi membuat investor percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan juga pada prospek perusahaan di masa depan. Pada umumnya, faktor keuangan menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan (Mulianti, 2010). Namun, faktor non keuangan juga merupakan faktor yang penting yang perlu ditimbangkan oleh perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Salah satunya dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* secara konsisten dalam jangka panjang sehingga akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* akan memberikan manfaat bagi banyak pihak. Bagi pihak perusahaan, manfaatnya ialah memberikan kelangsungan usaha dan kenyamanan lingkungan masyarakat sekitarnya (Anggraini, 2006).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* mengaruh pada hubungan perusahaan dengan seluruh *stakeholder*, yang didalamnya termasuk pelanggan, kreditur, investor, pegawai, komunitas pemasok, pemerintah dan juga lingkungan. Perusahaan tidak hanya mementingkan perolehan laba ,

tetapi perusahaan juga mensejahterakan dan memperdulikan lingkungan sekitarnya sehingga keberlangsungan hidup sekitarnya juga dapat terjaga.

Perkembangan praktik dan pengungkapan corporate social responsibility di Indonesia dilatarbelakangi oleh dukungan pemerintah, yaitu dengan dikeluarkannya regulasi terhadap kewajiban praktik dan pengungkapan CSR. Sejak tanggal 23 september 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007.

Poin regulasi pemerintah tersebut terkandung dalam Global Reporting Initiatives (GRI) yang menghasilkan kerangka konseptual, prinsip-prinsip, pedoman, dan indikator-indikator yang berterima umum secara global untuk mendorong organisasi agar lebih transparan, dan digunakan untuk mengukur serta melaporkan kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi organisasi dalam media pelaporan yang terintegrasi yang disebut sustainability reporting/corporate social responsibility ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Pengungkapan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis.

Selain *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* juga merupakan faktor non keuangan lainnya yang dipertimbangkan oleh para investor dalam menilai suatu perusahaan (Sari dan Riduan, 2011). Jika *Good corporate Governance* dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan peraturan yang berlaku akan membuat peningkatan penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan (Retno dan Pratinah, 2012). *Good Corporate Governance* di perusahaan dapat dijadikan sebagai infrastruktur pendukung terhadap praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia.

Perusahaan menggunakan *Good Corporate Governance* sebagai suatu proses dan struktur untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan

akuntabilitas perusahaan semi mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dan tetap memperhatikan *stakeholder* lainnya. Diharapkan konsep ini bisa melindungi pemegang saham sehingga memperoleh kembali investasinya (Sutedi, 2012).

Penerapan *good corporate governance* akan memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada pemegang saham. Jadi jika perusahaan menerapkan sistem *Good Corporate Governance* diharapkan kinerja tersebut akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai (Siallagan dan Machfoedz, 2006) Fatchan dan Trisnawati (2017) juga menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham.

Profitabilitas dipilih sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini sebagai variabel moderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* dengan nilai perusahaan. Pertumbuhan profitabilitas perusahaan yang semakin baik menunjukkan kinerja perusahaan kedepannya akan dinilai semakin baik, sehingga menyebabkan nilai perusahaan semakin baik di mata investor.

Menurut Mariani dan Suryani (2018) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan gambaran kinerja manajemen perusahaan untuk menghasilkan laba. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan (Puspaningrum, 2017).

Banyak penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, namun masih ditemukan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh

Sulistia (2017) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pada penelitian Gusti, Gede, dan Maria (2013) juga menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil ditemukan pada penelitian Yuliana (2016) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, Penelitian yang dilakukan oleh Reny dan Denies (2012) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sri, Nyoman, dan Siti (2017) juga menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Armi, Ni ketut, dan Alamsyah (2016) yang menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan masih terdapat hasil yang berbeda-beda maka penulis ingin melakukan penelitian ini untuk mengkaji ulang hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

Penelitian ini mengembangkan Penelitian Priyatna dan Imam (2016) tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, penulis menambahkan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Selain itu, jika peneliti sebelumnya menggunakan data perusahaan publik yang terdaftar di Bursa efek Indonesia. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2018-2019. Dipilihnya perusahaan

manufaktur karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang berskala besar jika dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga dapat melakukan perbandingan banyaknya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya. Selain itu, perusahaan manufaktur juga merupakan perusahaan yang perindustriannya sangat erat dengan lingkungan sekitar sehingga diwajibkan untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*.

Maka dari itu, penulis tertarik melakukan penelitian kembali dengan judul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2019)”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance* yang diprosikan dengan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Profitabilitas mampu memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Profitabilitas mampu memoderasi Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. Untuk menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusi terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis profitabilitas mampu memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis profitabilitas mampu memoderasi *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat penelitian:

- Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan informasi , pemikiran , dan ilmu tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.
- Sebagai bahan acuan atau pertimbangan yang dapat dilakukan oleh penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi Peneliti:

Diharapkan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh penulis dan berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

- b. Bagi Perusahaan:

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan bahan pertimbangan oleh perusahaan yang bersangkutan untuk lebih meningkatkan kualitas nilai perusahaan dengan faktor – faktor yang mempengaruhinya.

- c. Bagi Investor:

Diharapkan penelitian ini dapat membantu sebagai bahan pertimbangan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* yang

selanjutnya dapat digunakan untuk menilai keunggulan bersaing perusahaan sehubungan dengan keputusan investasi mereka