BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Didirikannya sebuah perusahaan pasti mempunyai tujuan yang jelas dari para pendirinya. Pada umumnya, didirikannya sebuah perusahaan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, memakmurkan pemilik perusahaan dan para pemegang saham, dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Menurut Firdausya, Swandari, dan Effendi (2013), harga pasar saham menunjukkan penilaian dari seluruh pelaku pasar, harga saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Nilai perusahaan adalah tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait dengan harga sahamnya (Sujoko dan Subiantoro, 2007).

Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila pembuatan keputusan antara investor dengan pihak manajemen untuk memaksimalkan modal terjalin dengan baik. Namun dalam kenyataannya, penyatuan kepentingan kedua belah pihak tersebut seringkali menimbulkan masalah yang biasa disebut sebagai masalah agensi (*agency problem*). Masalah agensi timbul akibat adanya pemisahan bagian kepemilikan dan konflik kepentingan antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dengan pihak manajemen (pengelola perusahaan). Penerapan *Good Corporate Governace* (GCG) dapat mengatasi masalah tersebut. Penerapan GCG memerlukan komitmen dari semua personal organisasi sebagai kebijakan dasar tata tertib yang harus dianut dan dipatuhi oleh top manajemen sebagai kode etik semua pihak yang ada didalam perusahaan (Alfinur, 2016). Mekanisme GCG akan meningkatkan pengawasan bagi perusahaan, sehingga melalui pengawasan tersebut diharapkan kinerja perusahaan akan lebih baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Begitu juga dengan Firdauya et.al (2013) yang menyatakan bahwa mekanisme GCG merupakan syarat-syarat pelaksanaan sistem dalam suatu badan usaha. Kesadaran perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan tata kelola perusahaan masih relatif rendah. Berdasarkan CLSA *Asia-Pacific*

Markets, Asian Corporate Governance Association pada tahun 2018 peringkat indeks *corporate governance* berada di peringkat bawah yaitu pada urutan ke-12 dibawah dibawah Korea, China, dan Philipina.

Selain GCG, menurut Purbopangestu dan Subowo (2014) nilai perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satu diantaranya adalah *corporate social responsibility*. Keberadaan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya selalu memberikan dampak, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungan eksternalnya, oleh karena itu perusahaan harus bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan tersebut (Widyasari, suhadak, husaini, 2015). CSR diharapkan dapat mewujudkan perusahaan yang berkelanjutan. Suatu perusahaan yang menginginkan keberlanjutan usaha harus menerapkan prinsip GCG dan CSR secara konsisten dengan menyeimbangkan keinginan pihak eksternal maupun internal perusahaan. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR maka makin tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan (Fauzi, Suransih, Alamsyah, 2016).

Penelitian mengenai GCG dan pengungkapan CSR telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian mengenai pengaruh GCG yang diproksikan dengan komposisi komisaris independen terhadap nilai perusahaan menghasilkan hasil yang positif signifikan yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Alfinur (2016), Widyaningsih (2018), dan Dewi, Nugrahanti (2014). Penelitian mengenai pengaruh GCG yang diproksikan dengan komposisi komisaris independen terhadap nilai perusahaan menghasilkan hasil yang negatif signifikan yaitu pada penelitian Purbopangestu, Subowo (2014), Widyasari (2015), Fauzi (2016), dan Nasser, Ilyas, Arifianto (2013). Penelitian mengenai pengungkapan CSR dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Purbopangestu dan Subowo (2014),

Widyaningsih (2018), dan Widyasari (2015) dan menghasilkan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, pengungkapan CSR dipilih sebagai variabel moderasi karena adanya inkonsistensi penelitian variabel independen (komposisi komisaris independen) terhadap nilai perusahaan. Selain itu, kegiatan CSR merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik yang diharapkan mampu memperkuat hubungan GCG dengan nilai perusahaan. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan hal tersebut hanya terjadi pada perusahaan-perusahaan tertentu karena kondisi tiap perusahaan berbeda, baik dari segi visi, misi, segmen pasar maupun manajemen perusahaan yang memungkinkan bahwa penerapan CSR maupun GCG justru tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Karena adanya inkonsistensi penelitian mengenai hubungan GCG terhadap nilai perusahaan, maka peneliti terdahulu yaitu Widyaningsih (2018) dan Mutmainah (2015) menambahkan variabel lain. Peran CSR sebagai variabel moderasi antara pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui hasil penelitian yang dilakukan oleh Widyaningsih (2018), yang menunjukkan bahwa CSR memoderasi dan memperkuat hubungan pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutmainah (2015) menunjukkan bahwa CSR tidak dapat memoderasi hubungan pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengungkapan CSR sebagai pemoderasi antara GCG dengan nilai perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

- 1.1.1 Apakah *Good Corporate Governance* yang diproksikan oleh Proporsi Komisaris Independen memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 1.1.2 Apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 1.1.3 Apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* yang diproksikan oleh Proporsi Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan.
- 1.3.2 Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan
- 1.3.3 Menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi mengenai mengenai pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1.4.2.1 Bagi perusahaan yang diteliti adalah sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan implementasi *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan CSR.
- 1.4.2.2 Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan kembali dalam berinvestasi pada sebuah perusahaan dari segi mekanisme GCG dan pengungkapan CSR.