

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan merupakan organisasi dimana sumber daya diproses untuk menghasilkan barang atau jasa bagi pelanggan. Secara umum, tujuan perusahaan adalah memperoleh laba sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya menurut Haruman dalam (Fitri & Herwiyanti, 2015). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Selain itu perusahaan adalah suatu organisasi yang meliputi kelompok orang yang bekerja demi memperoleh tujuan bersama-sama. Kepentingan yang paling pokok dalam perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan dan laba maksimum serta untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham perusahaan menurut Haruman dalam (Fitri & Herwiyanti, 2015).

Meningkatnya nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi bagi para pemegang saham, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, kesejahteraan pemilik juga akan meningkat. Tingginya nilai perusahaan dapat ditandai dengan semakin meningkatnya harga saham. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang

ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah melakukan *go public* (Suharto, 2015). Oleh karena itu untuk meningkatkan nilai perusahaan dibutuhkan manajemen perusahaan yang baik untuk mengelola kekayaan perusahaan dengan meningkatkan strategi serta kinerja keuangan perusahaan dengan menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hal ini menurut Kusumadilaga menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu faktor non keuangan lainnya yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban ekonomi dan legal (Putri & Suprasto, 2016).

Pertanggung jawaban sosial perusahaan melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat serta komunitas setempat. Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, citra perusahaan juga menjadi meningkat. Ahmad Nurdin dalam (Putri & Suprasto, 2016) mengungkapkan bahwa alasan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara sukarela yaitu karena untuk menaati peraturan yang ada dan untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menarik minat investor. Sesuai dengan pernyataan Kusumayanti dan Astika

(2016) bahwa tanggung jawab sosial kini juga dipandang sebagai parameter dalam melaksanakan praktik bisnis yang ideal.

Menurut Putri & Suprasto (2016), meneliti tentang pengaruh tanggung jawab sosial dan mekanisme tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan menyatakan bahwa nilai perusahaan akan dapat dicapai dengan maksimal apabila dikelola oleh pihak – pihak yang memiliki kewenangan seperti manajer atau komisaris. Dengan meningkatnya nilai perusahaan maka akan timbul suatu permasalahan diantaranya yaitu kepentingan *agent*(manajer) dan *principal* (atau pihak pemegang saham).Upaya mewujudkan tanggung jawab sosial tidak selalu berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan akan tetapi ada saja kendala yang harus dihadapi diantaranya datang dari pihak manajemen maupun dari pihak luar manajemen. Oleh karena itu tanggung jawab sosial menekankan pada bisnis yang etis dan berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan sosial yang baik. Dengan kata lain perusahaan akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan, masyarakat dan pemerintah.

Sesuai pernyataan Kusumadilaga (2010) bahwa pengaruh tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating dimana hasil penelitiannya menunjukkan variabel tanggung jawab sosial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan(Fauzi, Suransi, 2016). Tanggung jawab sosial tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang bertumpu pada *single bottom line*, artinya nilai perusahaan (*finansial*) saja. Rustiarini dalam (Fitri & Herwiyanti,

2015) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial harus berpedoman pada *triple bottom lines*, tetapi juga harus memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Selain itu tanggung jawab sosial perusahaan juga harus menjaga keseimbangan diantara pelaku bisnis dan masyarakat sekitarnya agar semua pihak tidak ada yang dirugikan. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudit* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak di pengaruhi oleh peraturan tertentu).

Menurut Saraswati dan Basuki dalam (Fitri & Herwiyanti, 2015). yang berjudul pengaruh *corporate governance* pada hubungan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan namun dengan arah negatif. Hasil menjelaskan bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas justru cenderung menurunkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat meningkat karena adanya peningkatan harga saham perusahaan yang meningkatkan nilai pasar ekuitas perusahaan.

Salah satu badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam standar GRI indikator kinerja terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan hidup dan kinerja sosial yang mencakup indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

Menurut Hafidzah dalam (Fitri & Herwiyanti, 2015) menyatakan bahwa selain tanggung jawab sosial yang baik suatu perusahaan juga harus memiliki

suatu tata kelola perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Good Corporate Governance* (GCG) yaitu suatu aturan yang mengarahkan semua elemen perusahaan untuk berjalan bersama-sama guna mencapai tujuan perusahaan. Sesuai pernyataan Retno dan Priantinah dalam (Fitri & Herwiyanti, 2015) penerapan tata kelola perusahaan diharapkan mampu mengusahakan keseimbangan antara berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan secara menyeluruh. Selain itu, implementasi dari penerapan tata kelola perusahaan diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan

Selain itu menurut Suranta dan Machfoedz dalam (Putri & Suprasto, 2016) kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran dewan direksi berkorelasi positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Siallagan dan Machfoedz dalam (Putri & Suprasto H, 2016) menyatakan bahwa mekanisme tata kelola perusahaan yang terdiri dari kepemilikan manajerial, dewan komisaris dan komite audit secara statistik berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh Yuniasih dan Wirakusuma dalam (Putri & Suprasto, 2016) menyatakan bahwa mekanisme tata kelola perusahaan yang diproksi kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Amri dan Utara (2011) menemukan bahwa kepemilikan manajerial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Embang (2016) berjudul Pengaruh CSR Dan GCG Terhadap nilai perusahaan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Jumlah dewan direksi berpengaruh signifikan terhadap

nilai perusahaan. Sedangkan komite audit tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.(Fitri & Herwiyanti, 2015)meneliti tentang pengaruh CSR dan GCG hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah tata kelola perusahaan yang baik. Penelitian ini memberi kontribusi dalam ilmu akuntansi keuangan terkait topik CSR dan GCG.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian terdahulu yang berbeda - beda, maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali CSR, GCG dan nilai perusahaan dengan judul “Pengaruh tanggung jawab sosial dan penerapan tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI periode 2016 - 2018)”.

### **1.2 Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah upaya untuk membatasi ruang lingkup masalah agar lebih fokus pada penelitian. Berdasarkan pada latar belakang diatas penelitian ini hanya dibatasi pada variabel CSR yang diukur dengan GRI dan variabel GCG terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar pada BEI periode 2016 – 2018.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah terdapat pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah di uraikan di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat antara lain, sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.
2. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan untuk lebih mengenai pengaruh variabel CSR yang diukur dengan GRI dan variabel GCG terhadap nilai perusahaan khususnya pada perusahaan perbankan
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat seperti investor, dan pemegang saham mengenai nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh variabel CSR yang diukur dengan GRI dan variabel GCG