

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang mempunyai pengaruh besar terhadap keadaan perekonomian. Keberadaan perusahaan menimbulkan dampak positif dan negatif bagi masyarakat. Barang dan jasa yang dihasilkan dapat memberikan manfaat dan membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Disisi lain, seringkali perusahaan mengabaikan tanggung jawab terhadap lingkungan sekitarnya. Perusahaan dalam hal ini mempunyai tanggung jawab untuk memberikan kontribusi terhadap semua pihak yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan operasinya. Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya dapat diwujudkan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility*. Para investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki *image* yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas konsumen akan berakibat penjualan perusahaan meningkat dan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat sehingga nilai perusahaan ikut meningkat.

Corporate social respncibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hendrik,2008). Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh

keuntungan dari lapangan usahanya, malainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya. *Corporate social responsibility* dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha menjadi lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidup, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan (*sustainability*). Tujuan *corporate social responsibility* adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat, dan pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri.

Corporate social responsibility mempunyai keterkaitan erat dengan *Corporate Governance*. Keduanya memiliki kedudukan yang kuat dalam bisnis namun berhubungan satu sama lain. *Corporate social responsibility* menjadi salah satu prinsip *good corporate governance* yaitu prinsip *responsibilitas*, di mana dalam prinsip tersebut dinyatakan perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen* (Ismail,2008). Maka dapat disimpulkan bahwa CSR dan *corporate governance* mampu meningkatkan kepuasan *stakeholder* sekaligus meningkatkan reputasi dan kemampuan perusahaan sehingga dapat diterima oleh masyarakat secara luas.

Isu *corporate governance* muncul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan atau seringkali dikenal dengan istilah masalah keagenan. 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 (Meckling, 1976 dalam Retno dan Priantinah 2012). Untuk dapat meminimalkan konflik kepentingan tersebut maka dibentuklah suatu mekanisme yang mampu mensejajarkan kepentingan principal dengan *agent*. Mekanisme tersebut dikenal dengan mekanisme *good corporate governance* atau tata kelola perusahaan yang baik dalam menjelaskan bisnisnya. Implementasi dari mekanisme *good corporate governance* diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan. Mekanisme *good corporate governance* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder*. *Stakeholder* mencakup semua pihak yang mempunyai kepentingan dalam kemakmuran perusahaan tersebut tidak hanya terbatas pada pemegang saham tetapi termasuk karyawan, pemasok, pesaing, pelanggan, distributor, pemerintah serta masyarakat yang ikut memberikan kontribusi terhadap keberhasilan perusahaan.

Corporate social responsibility sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di mana *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Andri Hanung (2007) dalam Retno

(2012) mengungkapkan bahwa “nilai perusahaan adalah nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham”. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya yang dapat diukur dengan indeks Tobin’s Q. Indeks Tobin’s Q merupakan indikator untuk mengukur kinerja perusahaan khususnya tentang nilai perusahaan yang menunjukkan suatu performa manajemen dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai Tobin’s q menggambarkan suatu kondisi peluang investasi yang dimiliki oleh perusahaan (Lang, *et al* 1989 dalam Bambang, 2010).

Rovila dan Achmad (2012), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi dan akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi. Sedangkan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian Achmad (2012) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial di Indonesia khususnya untuk perusahaan manufaktur masih rendah sehingga pihak manajerial kurang termotivasi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan kepemilikan institusional yang merupakan pemilik mayoritas cenderung berpihak pada manajemen dan mengarah pada kepentingan pribadi sehingga mengabaikan pemegang saham minoritas.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Mekanisme Ukuran Perusahaan

Sebagai Variabel *Moderating*". Data sampel penelitian ini adalah Perusahaan Peraih Penghargaan Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2011.

1.2 **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka perumusan masalah dari penelitian adalah :

- 1) Apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?
- 2) Apakah terdapat pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan?
- 3) Apakah ukuran perusahaan dapat mempengaruhi *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan?

1.3 **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan oleh penulis, tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk menguji pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- 2) Untuk menguji pengaruh antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

- 3) Untuk menguji pengaruh antara antara *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan mekanisme ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang akuntansi manajemen khususnya yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG).

- 2) Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan serta meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab perusahaan pada lingkungan sosial.

- 3) Bagi Investor

Memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi, guna menentukan perusahaan yang dapat memberikan tingkat pengembalian investasi yang diharapkan tanpa melupakan tanggung jawab sosialnya.

4) Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai praktik *corporate governance* dan *corporate social responsibility* berkaitan dengan nilai perusahaan.

1.5 **Sistematika Penulisan**

Agar pembaca dapat mengetahui urutan-urutan pembahasan dalam penulisan penelitian ini, maka penulis mencantumkan sistematika dari penulisan penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai pendahuluan yang dimulai dengan mengurai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai tinjauan pustaka yang menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metodologi penelitian yang didalamnya terdapat sub-sub bab yang diantaranya rancangan

penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel populasi (sampel) dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis statistik dan uji regresi linear berganda, serta pembahasan yang mengarah pada perumusan masalah dan hipotesis penelitian

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian ini yang menjawab mengenai Hipotesis Penelitian, Keterbatasan Penelitian serta saran yang diharapkan berguna untuk penelitian-penelitian selanjutnya.