

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada umumnya perusahaan tidak hanya menjalankan kegiatan ekonomi untuk mendapatkan profit dalam jangka pendek, tetapi perusahaan juga memiliki tujuan jangka panjang yaitu mensejahterakan para pemegang saham dengan memaksimalkan nilai perusahaan (Sinarmayarani dan Suwitho, 2016). Pemegang saham yang sekaligus pemilik perusahaan selalu mengharapkan nilai yang tinggi dari perusahaan. Hasil yang didapatkan pemilik perusahaan dilihat dari nilai perusahaan (Nurhayati, 2013). Menurut Nofrita (2013) semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi kesejahteraan yang dimiliki pemegang saham. Nilai perusahaan menjadi hal yang penting karena tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan.

Nilai perusahaan tercermin dalam nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan dan nilai pasar utang yang dapat dilihat berdasarkan perbandingan harga saham penutupan dengan laba per lembar saham. Menurut Ferdinansyah (2013), apabila melihat dari hasil perbandingan tersebut akan memiliki hasil yang tinggi pada perusahaan *blue chip*. Fenomena terkait yang terjadi pada salah satu perusahaan *blue chip* yaitu perusahaan Unilever Indonesia Tbk.

Fenomena tersebut diberitakan dari media *okezone.com* (03 Maret 2016) yaitu perusahaan Unilever Indonesia Tbk hampir sepanjang tahun 2015 adanya

kesulitan perusahaan dalam menghadapi fluktuasi rupiah yang mengakibatkan adanya penurunan konsumsi masyarakat. Perusahaan mengakui turunnya nilai tukar Rupiah dan pergerakan saham menjadi hal sensitif nilai perusahaan Unilever Indonesia. PT.Unilever Indonesia Tbk mencatat selama tahun 2015 hanya mampu mendapatkan pertumbuhan penjualan yang seharusnya 6,6% tetapi hanya dapat secara keseluruhan sebesar 5,7 persen menjadi Rp.36,5 triliun. Hal tersebut dikarenakan adanya penurunan penjualan untuk ekspor, sehingga harga saham penutupan menjadi turun.

Peningkatan nilai perusahaan pada tujuan jangka panjang suatu perusahaan salah satunya dapat tercermin dari harga saham yang dapat diartikan untuk perusahaan yang sudah *go public*, investor menilai perusahaan tersebut melalui pergerakan saham perusahaan ditransaksi di pasar modal (Susanti dan Mildawati, 2014). Pergerakan saham perusahaan di pasar modal tersebut disebut dengan harga saham. Menurut Clementin dan Priyadi (2016), harga saham terjadi dari kegiatan permintaan dan penawaran investor pada perusahaan tersebut yang nantinya akan dipakai untuk pengambilan keputusan secara rasional sesuai dengan yang diharapkan. Kenaikan dan penurunan harga saham secara signifikan dipengaruhi adanya masalah dalam laporan keuangan mengenai kepemilikan saham dan tata kelola perusahaan yang kurang baik dimana tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu faktor dalam kegiatan tata kelola perusahaan (Hatuti, 2016).

CSR merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholder* dengan aktivitasnya yang mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial

dan masyarakat. CSR dapat diartikan sebagai informasi untuk menghubungkan antara perusahaan dengan pihak yang berkepentingan berpengaruh dalam agenda organisasi bisnis untuk meningkatkan daya saing antarperusahaan (Maqbool dan Zameer, 2017). Informasi tersebut banyak digunakan sebagai bahan pertimbangan investor termasuk investor perorangan dalam pengambilan keputusan investasi yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Di Indonesia, berdasarkan informasi dari *tempo.co* (14 Maret 2018) terdapat kasus yang berhubungan dengan sosial dan lingkungan masyarakat dikarenakan aktivitas perusahaan, seperti pada kasus pada tahun 2016 PT. Freeport yang dinilai melebihi batas air limbah dan telah mencemari air laut yaitu 100 ribu ton per hari menjadi 300 ribu ton per hari. Kasus tersebut tidak seharusnya terjadi dikarenakan pengungkapan CSR yang merupakan salah satu informasi yang saat ini wajib dilaksanakan dan diungkapkan perusahaan. Kewajiban tersebut mulai berlaku sejak diterbitkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas (“PP 47/2012”). Pasal 66 ayat 2c UUPT (Lampiran I) ini mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Kewajiban pelaksanaan dan pengungkapan CSR tersebut muncul sebagai jawaban atas meningkatnya perhatian dan tuntutan masyarakat terhadap kerusakan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan baik lokal maupun multinasional yang beroperasi di Indonesia. Pada Pasal 6 PP 47/2012 (Lampiran I) dijelaskan pula mengenai pelaksanaan CSR

yang dilaporkan pada laporan tahunan perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

Hal diatas didukung dengan penelitian sebelumnya di Indonesia yaitu penelitian Susanti dan Mildawati (2014) menyatakan bahwa hubungan CSR dengan nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan. Penelitian Hastuti (2016) menyatakan hubungan CSR dengan nilai perusahaan yang dilihat dari beberapa dimensi yang menghasilkan hubungan positif yaitu dimensi ekonomi, dimensi lingkungan, dimensi tenaga kerja dan dimensi sosial. Dimensi yang menyatakan bahwa hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan bersifat negatif yaitu dimensi sosial dan Hak Asasi Manusi (HAM).

Penelitian sebelumnya juga terdapat di negara Chicago (Ferreira dan Wongchoti, 2016) yang menyatakan hubungan CSR yang diteliti sebagai fungsinya yang bertanggungjawab dan tidak bertanggungjawab atas perilaku kekuatan dan perhatian dari *stakeholder* yaitu hasil signifikan dari perilaku bertanggungjawab atas kekuatan *stakeholder* dan hasil tidak signifikan dari perilaku tidak bertanggungjawab atas perhatian *stakeholder* terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang berbeda dengan penelitian Fauzi, Suransi dan Alamsyah (2016) menyatakan hubungan CSR dapat bersifat negatif apabila dimoderasi dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dapat memberikan kekuatan negatif pada hasil perusahaan melalui penurunan nilai berasal dari hubungan strategi meningkatkan profitabilitas.

Selain informasi aktivitas sosial perusahaan, investor juga memperhatikan informasi mengenai tata kelola perusahaan atau *corporate governance* (CG)

dalam mengambil keputusan. Berdasarkan penelitian McKinsey “Global Investor Opinion Survey” dalam Krafft et. al. (2013), 15% investor perusahaan Eropa mempertimbangkan *corporate governance* sebagai informasi yang lebih penting daripada informasi finansial perusahaan seperti kinerja laba maupun potensi pertumbuhan. Selain itu, 22% investor perusahaan di Eropa juga bersedia membayar premium hingga 19% di atas rata-rata kepada perusahaan yang memiliki *governance* yang baik.

Connelly, Limpaphayom, Nguyen dan Tran (2017) menyatakan bahwa sejak terjadinya krisis keuangan di Asia pada tahun 1997 dikarenakan tata kelola perusahaan yang buruk setelah itu dibuatnya kebijakan regulator di negara Asia yang pada akhirnya meningkatnya kualitas tata kelola di Asia. Jika terabaikannya praktik CG, akan berpengaruh pada pembangunan finansial dan ekonomi dalam kualitas praktik CG. Dengan meningkatnya kualitas praktik CG akan berpengaruh dengan nilai perusahaan.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian Li dan Zaiats (2017) yang menyatakan bahwa CG berhubungan positif signifikan dengan nilai perusahaan dengan implikasi nilai dari ketentuan terkait dewan lebih kuat dari ketentuan pemegang saham. Penelitian lainnya terjadi di negara Turki (Ararat, Black, dan Yurtoglu, 2016) menjelaskan bahwa penelitian atas tata kelola perusahaan berhubungan positif yang terjadi secara tidak signifikan dengan nilai perusahaan, sebagian besar perusahaan Turki memiliki relatif sedikit direksi independen dan melibatkan satu atau lebih direktur independen selama periode sampel tersebut.

Di Indonesia, isu CG berkembang sejak adanya krisis ekonomi di Asia tahun 1998 yang telah diuraikan sebelumnya, Indonesia termasuk negara yang paling lamban pulih perekonomiannya. Menurut Arifin dalam Utama (2013, 2), lamanya proses perbaikan tersebut disebabkan masih kurang diterapkannya praktik GCG yang ada di Indonesia. Dalam hal ini terlihat bahwa penerapan GCG menjadi sangat penting bagi perusahaan maupun *stakeholder*. Hal tersebut diketahui bahwa penerapan CGC akan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Dari uraian di atas, terdapat penelitian di Indonesia yang mendukung pernyataan tersebut yaitu penelitian Ferial, Suhadak dan Handayani (2016) serta Onasis dan Robin (2016). Mereka menyatakan bahwa GCG berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Terdapat hal yang menarik dari penelitian lainnya yang dilakukan oleh Fauzi, Suransi dan Alamsyah (2016) yang menyatakan GCG akan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan apabila dimoderasi oleh profitabilitas. Sedangkan penelitian Melani dan Wahidahwati (2017) yang menyatakan bahwa GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara apabila dimoderasi dengan profitabilitas..

GCG merupakan pengungkapan yang diperlukan untuk pihak internal perusahaan, selain adanya pengungkapan secara intenal oleh perusahaan juga diperlukannya pengungkapan untuk pihak eksternal yaitu pengungkapan CSR yang telah dijelaskan sebelumnya. Adanya kedua pengungkapan tersebut digunakan perusahaan dalam menarik investor untuk berinvestasi, dengan indikator lainnya yang mendorong investor untuk berinvestasi yaitu likuiditas kepemilikan publik yang beredar cukup banyak, lama perusahaan yang

mengalami aktifitas penjualan saham di bursa, kinerja perusahaan dan stabilitas kinerja yang dilihat paling tidak selama 5 tahun dan indikator lainnya. Indikator tersebut merupakan sebagian dari indikator perusahaan *blue chip* yang sampai saat ini banyak diminati investor untuk menjadikan tempat investasinya.

Berdasarkan keadaan yang telah disebutkan sebelumnya dan adanya perbedaan hasil pengamatan awal dengan hasil penelitian sebelumnya sebagaimana diuraikan di atas, maka penulis ingin meneliti kembali pengaruh pengungkapan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dengan mengangkat tema **“Pengaruh Indeks Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Peneliti mencoba mengidentifikasi beberapa masalah yang akan diteliti dan bahas sebagai berikut:

1. apakah terdapat hubungan antara indeks pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *blue chip*?,
2. apakah terdapat hubungan antara tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *blue chip*?,
3. apakah hubungan antara indeks pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas pada perusahaan *blue chip*?,
4. apakah hubungan antara tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas pada perusahaan *blue chip*?.

C. Tujuan Penelitian

1. menguji hubungan variabel indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *blue chip* yang tercatat pada BEI,
2. menguji hubungan variabel tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *blue chip* yang tercatat pada BEI,
3. menguji hubungan variabel indeks pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas pada perusahaan *blue chip* yang tercatat pada BEI,
4. menguji hubungan variabel tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas pada perusahaan *blue chip* yang tercatat pada BEI,

D. Manfaat Penelitian

1. untuk mengetahui hubungan variabel indeks pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *blue chip* yang tercatat pada BEI,
2. untuk mengetahui hubungan variabel tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *blue chip* yang tercatat pada BEI,
3. untuk mengetahui hubungan variabel indeks pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas pada perusahaan *blue chip* yang tercatat pada BEI,

4. untuk mengetahui hubungan variabel tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas pada perusahaan *blue chip* yang tercatat pada BEI.