

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Suatu perusahaan merupakan suatu organisasi yang didirikan atas sekelompok orang yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan utama perusahaan berdiri adalah bukan lagi hanya ingin memaksimalkan laba namun juga memaksimalkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Bila harga saham meningkat, maka nilai perusahaan akan meningkat dan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham juga meningkat. Semakin baik nilai perusahaan, investor akan memandang perusahaan mempunyai reputasi baik karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menggambarkan prospek kekayaan perusahaan di masa depan (Wahyudi, dkk, 2016).

Kehadiran perusahaan seharusnya memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan dituntut untuk memberikan kontribusinya dalam kehidupan komunitas lokal sebagai rekanan dalam kehidupan bermasyarakat karena kehadiran perusahaan dapat berakibat baik atau berakibat buruk terhadap masyarakat sekitar. Untuk melaksanakan fungsinya, perusahaan tidak dapat lepas dari kebergantungan pada pihak lain (*stakeholder*). Kerja sama untuk mencapai tujuan dari masing-masing *stakeholder* menjadi suatu hal yang penting dari suatu sistem kemasyarakatan, di samping memenuhi kepentingan *shareholder* (pemegang

saham). Aktivitas ini dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (Yanti dan Manik, 2018).

Pada umumnya peningkatan nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor keuangan. Namun, faktor non keuangan juga berpengaruh terhadap kinerja suatu perusahaan yang berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu faktor non keuangan yang saat ini perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap para *stakeholder*. *Stakeholder* memiliki peran yang penting dalam kelangsungan hidup perusahaan. Nugraha (2015) menyatakan bahwa tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pada tanggal 20 Juli 2007 pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal *corporate social responsibility* (CSR). *Corporate social responsibility* merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama *stakeholder* terkait, terutama adalah masyarakat di sekeliling dimana perusahaan tersebut berada. Undang-Undang tersebut (Pasal 66 ayat 2c) mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung

jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Pelaporan tersebut merupakan pencerminan dari perlunya akuntabilitas perseroan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga para *stakeholders* dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut. *Corporate social responsibility* dalam undang-undang tersebut (Pasal 1 ayat 3) dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diartikan sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI (*global reporting initiatives*). Misi GRI adalah mengembangkan dan menyebarkan pedoman pelaporan keberlanjutan ke seluruh dunia. Dalam standar GRI (GRI G4) Indikator kinerja di bagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang mencakup ketenagakerjaan, HAM, masyarakat dan tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator (www.globalreporting.org).

Di Indonesia, standar GRI tersebut disesuaikan dengan kondisi yang ada di Indonesia yang diatur didalam peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item, dimana tersisa 78 indikator (Sudana dan Arlindania, 2011).

Corporate social responsibility merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas

operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat (Retno dan Priantinah, 2012).

Selain *corporate social responsibility*, isu lain yang juga diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *corporate governance*. *Corporate governance* tampaknya sudah tak asing lagi bagi para pemain industri pasar modal dan keuangan, termasuk para analis dan investor. Sebagai *stakeholder* perusahaan publik, mereka berkepentingan dengan penerapan GCG. Bagi mereka, kemudahan akses untuk mendapatkan informasi yang benar dan transparan akan memudahkan dalam menganalisis layak-tidaknya sebuah saham dibeli. Idealnya, dengan tata kelola perusahaan yang baik, manajemen perusahaan yang bersangkutan juga baik. Pasalnya, dengan keterbukaan informasi, analis akan lebih mudah membuat analisis berdasarkan sumber informasi yang jelas (tidak disembunyikan), sehingga bisa merekomendasikan *buy* pada saham tertentu. Secara tidak langsung, rekomendasi beli dari analis itu akan mengangkat harga sahamnya (Retno dan Priantinah, 2012).

Menurut Hidayah (2008) penerapan prinsip GCG dengan dukungan regulasi yang memadai akan mencegah berbagai bentuk ketidakjujuran dalam *financial disclosure* yang merugikan para *stakeholder*, seperti ekspektasi yang jauh melampaui kinerja perusahaan yang sesungguhnya. Perusahaan yang telah menerapkan GCG akan lebih dipercaya kreditor dan investor sehingga sahamnya lebih likuid dan harga saham bisa semakin meningkat.

Beberapa tahun terakhir, pengungkapan dan transparansi dalam laporan keuangan menjadi isu penting di Indonesia. Kasus yang terjadi pada PT Timah (Persero) Tbk yang memberikan laporan keuangan fiktif pada semester I 2015 menjadi salah satu bukti bahwa transparansi dan kepatuhan terhadap pengungkapan wajib masih kurang. Kegiatan tersebut dilakukan oleh PT Timah untuk menutupi kinerja keuangan perusahaan yang terus mengkhawatirkan. Ali Samsuri sebagai ketua Ikatan Karyawan Timah (IKT) mengungkapkan bahwa kondisi keuangan PT Timah sejak tiga tahun belakangan kurang sehat. Ketidakmampuan jajaran direksi PT Timah keluar dari jerat kerugian telah mengakibatkan penyerahan 80% wilayah tambang milik PT Timah kepada mitra usaha. Penyerahan wilayah tambang milik PT Timah kepada mitra usaha memiliki konsekuensi negatif terhadap masa depan PT Timah terutama bagi 7.000 karyawan di perusahaan tersebut. Jika melihat kondisi nyata yang terjadi di PT Timah, Ali meyakini bahwa laporan keuangan semester I 2015 PT Timah (Persero) Tbk adalah fiktif. Sebab menurutnya, pada semester I 2015 laba operasi PT Timah telah mengalami kerugian sebesar Rp 59 milyar (tambang.co.id, 27 Januari 2016).

Dari kasus tersebut terbukti bahwa penerapan *corporate governance* masih kurang terutama pada bagian auditnya. *The Institute of Internal Auditors* (IIA) merekomendasikan bahwa setiap perusahaan publik harus memiliki komite audit yang diatur sebagai komite tetap. IIA juga menganjurkan dibentuknya komite audit di dalam organisasi lainnya, termasuk lembaga-lembaga non-profit dan pemerintahan. Dengan adanya peran komite audit di suatu perusahaan maka tindakan kecurangan dalam pengungkapan dan transparansi laporan keuangan dapat diminimalisir.

Penelitian yang dilakukan Fiona (2017), Indarti dan Setiawan (2016), Martantina (2014), Nahda dan Harjito (2011), Retno dan Priantinah (2012), dan Wulansari dan Sapari (2017) mengungkapkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan mengadakan praktik pertanggungjawaban sosial perusahaan maka akan dapat meningkatkan citra perusahaan baik itu dimata masyarakat maupun pemegang saham, selain itu juga penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* dimana hubungan baik ini dapat membantu kelancaran bisnis perusahaan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan yang dilakukan oleh Putri, dkk (2016) yang mengungkapkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Martantina (2014), dan Putra, dkk (2013) mengungkapkan bahwa GCG sebagai variabel moderasi dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan yang dilakukan oleh Fiona (2017) yang mengungkapkan bahwa GCG sebagai variabel moderasi tidak dapat

memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini, penerapan GCG masih sebatas untuk memenuhi regulasi yang ada, sehingga para *shareholder* lebih memperhatikan pengungkapan CSR yang tinggi untuk meningkatkan *image* dan mendapatkan legitimasi masyarakat yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu menggunakan variabel kontrol, antara lain ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan usia perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh *Corporate Governance* (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di IDX Tahun 2013-2017)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah pokok yang akan diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di IDX tahun 2013-2017?
2. Apakah *corporate governance* yang diproksikan komite audit dapat memoderasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di IDX tahun 2013-2017?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di IDX tahun 2013-2017.
2. Untuk mengetahui pengaruh *corporate governance* yang diproksikan komite audit dapat memoderasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di IDX tahun 2013-2017.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan tambahan literatur maupun penelitian selanjutnya bagi pengembangan pengetahuan khususnya pada ilmu keuangan, serta memberikan kontribusi pemikiran dan bukti empiris mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *corporate governance* yang diproksikan komite audit pada perusahaan di Indonesia khususnya sektor pertambangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat serta dapat menjadi tolak ukur atau acuan bagi manajemen perusahaan dalam

menentukan *corporate social responsibility* serta dapat menjadi bahan pertimbangan dalam tata kelola perusahaan yang dapat mengontrol tindakan manajemen.

b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai *corporate social responsibility* dalam mempengaruhi nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *corporate governance* sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau tolak ukur dalam berinvestasi di suatu perusahaan.