

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Nilai perusahaan merupakan tanggapan secara langsung dari para investor terhadap perusahaan yang direpresentasi dengan harga saham. Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan. Harga-harga saham turun karena adanya sentimen data terbaru tentang manufaktur dari Tiongkok, Amerika Serikat, dan Eropa. Indeks MSCI Asia Pasifik turun 1,2 persen menjelang pertengahan perdagangan, indeks turun 4 persen karena para investor terus melepaskan saham di pasar negara berkembang (Kompas, 2 September 2015). Kondisi tersebut, secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan, karena nilai perusahaan dilihat dari kemakmuran para pemegang saham yang diukur melalui harga saham di pasar modal.

Nilai perusahaan itu sendiri keadaan yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai tanda dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan menjadi konsep penting bagi para investor, karena digunakan sebagai indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Adhitya, dkk, 2016). Nilai perusahaan tinggi menjadi prestasi untuk pemilik perusahaan, karena dapat memberikan kemakmuran serta kesejahteraan bagi para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi kemakmuran bagi para

pemegang saham sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya terhadap kinerja perusahaan baik saat ini maupun prospek di masa depan.

Nilai perusahaan dapat dihitung melalui berbagai aspek, diantaranya adalah melalui nilai buku dan nilai pasar. Namun pengukuran nilai perusahaan yang didasarkan melalui nilai buku dan nilai pasar ekuitas kurang representatif (Hariati dan Rihatningtyas, 2015). Nilai perusahaan, melalui pendekatan harga saham, dapat diukur dengan rasio Tobin's Q. Rasio Tobin's Q digunakan untuk pengukuran nilai perusahaan dengan menggabungkan nilai buku dan nilai pasar. Rasio Tobin's Q merupakan pengukuran yang lebih teliti sehingga berguna untuk pengambilan keputusan investasi.

Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan, salah satunya *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan. Saat ini CSR tidak berpedoman pada *single bottom line*, tetapi harus berpedoman pada *triple bottom line* (Nurlela dan Islahuddin, 2008). *Tripel bottom line* yaitu *profit* (keuntungan), *people* (sosial), dan *planet* (lingkungan). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. Dengan adanya keseimbangan antara keuntungan, masyarakat dan lingkungan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik investor sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan karena penambahan penanaman modal/dana yang dilakukan oleh investor.

CSR sendiri sudah dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Perusahaan-perusahaan di Indonesia sudah banyak yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Di Indonesia, CSR telah diwajibkan oleh hukum. Undang-undang yang mengatur praktik CSR terdapat dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007. Pasal 74 UU PT menyatakan: (1) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) ini wajib untuk perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam (2) TJSL merupakan kewajiban perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran (3) Perseroan yang tidak melaksanakan TJSL akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan ([www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com)). Dengan adanya peraturan tersebut, perusahaan, khususnya perseroan terbatas, harus melaksanakan tanggung jawab sosial kepada lingkungan dan masyarakat.

Praktik CSR di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 dan ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility*. ISO 26000 merupakan petunjuk perilaku tanggung jawab sosial bagi setiap perusahaan yang berguna untuk pembangunan berkelanjutan. ISO 26000 yang telah dipublikasi diakhir tahun 2010 memiliki 7 subjek inti, yaitu: (1) tata kelola perusahaan, (2) hak asasi manusia, (3) praktik ketenagakerjaan, (4) lingkungan, (5) praktik operasi yang adil, (6) isu-isu konsumen, (7) pengembangan masyarakat ([www.pwyp-indonesia.org](http://www.pwyp-indonesia.org)). Namun, penerapannya bervariasi antar

perusahaan. Sebagai contoh PT Unilever yang melaksanakan program CSR dengan program UKMK, program sumber air, program daur ulang, serta program pendidikan kesehatan masyarakat. Program CSR PT Djarum dengan melakukan bakti olahraga, bakti pendidikan dan bakti lingkungan. PT Petrokimia Gresik melaksanakan CSR di bidang lingkungan, bidang pendidikan dan pelatihan, peningkatan kesehatan serta pengembangan sarana dan prasarana. Tidak semua perusahaan di Indonesia telah menerapkan praktik CSR. Masih ada beberapa perusahaan khususnya sektor pertambangan yang membuang limbahnya di daerah pemukiman masyarakat serta masih terjadi pembakaran hutan secara liar yang dapat mengganggu kesehatan masyarakat yang terjadi di Kalimantan Tengah.

CSR merupakan suatu gambaran mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada seluruh masyarakat, khususnya di wilayah perusahaan tersebut melaksanakan aktivitas kerjanya (Firman, 2007 dalam Mangoting, 2007). Dalam melaksanakan CSR, perusahaan membutuhkan dana yang disebut dengan pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility expenditure*. *CSR Expenditure* dapat berupa program yang dapat menaikkan kesejahteraan masyarakat, program pemberian beasiswa, dan program perbaikan infrastruktur termasuk dalam memelihara kondisi lingkungan alam yang sehat dan seimbang.

Pengeluaran kegiatan CSR biasanya dimaksudkan sebagai investasi jangka panjang yang mungkin menghasilkan keuntungan finansial (Vaughn,

1999 dalam Sahu dan Pratihari, 2015). Pelaksanaan CSR yang dilakukan secara berkelanjutan membuat kelangsungan hidup perusahaan terjamin dengan baik. Perusahaan yang pada awalnya hanya memprediksi bahwa pengeluaran CSR sebagai pengeluaran biaya (*cost center*) akan berubah apabila melihat hasilnya di masa depan. Pengeluaran CSR yang dikeluarkan akan memberikan dampak yang baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kenaikan nilai perusahaan. Tuhin (2014) serta Rai dan Bansal (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengeluaran CSR dengan profitabilitas sedangkan penelitian Januarti dan Apriyanti (2005) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas serta Hadi (2007) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh positif tingkat pengeluaran biaya sosial terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan yaitu *return on assets* (ROA). Namun, belum ada yang meneliti pengaruh langsung antara pengeluaran CSR terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang telah melaksanakan CSR menginginkan apa yang telah dilakukan diketahui oleh masyarakat dengan cara memberikan informasi mengenai apa yang telah dilakukan oleh perusahaan melalui pengungkapan CSR atau *CSR disclosure*. Menurut Adhitya, dkk (2016), *CSR disclosure* merupakan sebuah pengumuman yang telah dilakukan perusahaan mengenai program-program yang telah dilaksanakan perusahaan. Hendriksen (1991) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan pengungkapan CSR ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan bersifat sukarela (*voluntary*). *CSR disclosure* adalah

pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary*). Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan atau program-program CSR-nya akan membuat masyarakat mengenal perusahaan tersebut sehingga *image* perusahaan meningkatkan dan para investor tertarik untuk menanamkan modalnya. Retno dan Priantinah (2012) Rosiana, dkk (2013), serta Adhitya, dkk (2016) menunjukkan bahwa CSR *disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) dan Agustine (2014) menemukan bahwa CSR *disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan ideal yang diminati oleh investor tidak hanya dilihat dari CSR *expenditure* dan CSR *disclosure*. Investor juga akan melihat dari praktik *corporate governance* yang baik dalam perusahaan. Perusahaan dengan praktik *corporate governance* yang baik mampu mengendalikan masalah keagenan dalam perusahaan dengan pemisahan kepemilikan perusahaan yang dihadapi antara kepentingan pemegang saham dan manajer (*agency conflict*). Konflik keagenan tumbuh karena mengambil tindakan mementingkan diri sendiri dan mengabaikan kepentingan para pemegang saham. Timbulnya *agency conflict* dapat menambah biaya bagi perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham. Maka dari itu, keberadaan *corporate governance* memiliki fungsi mengendalikan perilaku manajemen yang mementingkan diri sendiri sehingga menjadi kontrol suatu perusahaan dalam menciptakan sistem pembagian keuntungan yang seimbang bagi *stakeholder* (Nuswandari, 2009). Sistem *corporate governance* yang baik dapat meningkatkan investor yang menanamkan modalnya sehingga

nilai perusahaan juga akan meningkat. Hasil penelitian Siallagan dan Machfoedz (2006), Retno dan Priantinah (2012), serta Wardoyo dan Veronica (2013), menunjukkan *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, penelitian Octiani dan Andayani (2014) dan Ratih (2011) mengatakan bahwa *corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Masih terdapat permasalahan dalam menerapkan praktik CSR di Indonesia meskipun telah diatur dalam undang-undang, perusahaan yang masih memiliki permasalahan dalam tata kelolanya, serta masih terdapat perbedaan hasil penelitian pada variabel CSR *disclosure* dan *corporate governance* merupakan pertimbangan mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Penelitian ini mengacu pada penelitian Retno dan Priantinah (2012) yang meneliti tentang pengaruh *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, sampel pada perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2007-2010. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, terletak pada penambahan variabel CSR *expenditure*, memperpanjang periode penelitian menjadi 5 tahun, sampel pada perusahaan yang terdaftar dalam *Corporate Governance Perception Index* (CGPI). Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Expenditure, Corporate Social Responsibility Disclosure dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif *corporate social responsibility expenditure* terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh positif *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh positif *corporate governance* terhadap nilai perusahaan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh positif *corporate social responsibility expenditure* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh positif *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh positif *corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan teori, terutama yang berkaitan dengan praktik CSR dan *corporate governance*.

2. Secara praktisi

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu yang berhubungan dengan *CSR expenditure*, *CSR disclosure*, dan *corporate governance* serta dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya di bidang akuntansi dimasa yang akan datang.

b. Bagi perusahaan

Perusahaan dapat memperbaiki pelaksanaan praktik CSR dan *corporate governance* dengan baik dan benar sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

c. Bagi masyarakat

Dapat memberikan tanggapan secara aktif sebagai pengontrol dari perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat atas hak-hak yang harus diperoleh.