

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu tujuan dari dibentuknya suatu perusahaan untuk memaksimalkan kesejahteraan *shareholder* pada perusahaan yang sudah *go-public*. Nilai perusahaan akan menjadi indikator kemakmuran para *shareholder* (Purbawangsa et al., 2019). Dengan semakin banyak investor menandakan perusahaan tersebut semakin menarik. Investor sebelum memutuskan untuk menanamkan modal pada korporasi tersebut, biasanya investor akan melakukan penilaian terhadap nilai perusahaan tersebut. Dengan tingginya nilai suatu saham (share) dapat membuat *shareholder* semakin tertarik untuk berinvestasi (Sholihah & Wahyudin, 2017). *Firm value* juga dapat menggambarkan baik atau buruknya suatu manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan perusahaan. Oleh karena itu sangat esensial karena juga dapat menjadi persepsi *shareholder* terhadap tingkat keberhasilan suatu korporasi (Pristina & Khairunnisa, 2019) Menurut teori sinyal bahwa pengeluaran investasi oleh *shareholder* dapat menjadi tanda positif tentang akan pertumbuhan perseroan dimasa depan, sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan (Dewi & Abundanti, 2019).

Nilai Perusahaan akan terus berkembang apabila perseroan juga memperhatikan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan (Purbawangsa et al., 2019). Dimensi tersebut bisa didapatkan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh korporasi. Di Indonesia juga kewajiban perusahaan akan CSR telah diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 yang berisi bahwa Penanam Modal dan UU No.40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Dengan adanya *pengungkapan* CSR korporasi tidak hanya tanggungjawab kepada *Shareholder* tetapi perusahaan sudah bertanggungjawab kepada semua pihak perusahaan (*stakeholder*). Karena semakin berkembangnya suatu korporasi juga semakin tinggi dan tidak terkendali tingkat eksploitasi sumber daya alam dan lingkungan sosial. Oleh karena itu pengungkapan CSR sangat penting untuk membantu menaikkan nilai perusahaan (Sugiyanto, et al., 2021). Perseroan yang

telah pengungkapan CSR korporasi akan mengungkapkan pelaksanaan tersebut dalam *Annual Report & Sustainability Report*.

Adapun faktor lain yang dapat menaikkan *firm value* salah satunya juga dengan manajemen memiliki kemampuan untuk dapat mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien atau dengan definisi lain bagaimana cara mengelola CG dari korporasi itu dengan baik (Ilmi et al., 2017). Di Indonesia penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) masih tergolong rendah di bandingkan negara-negara tetangga lainnya hal tersebut terbukti menurut survei yang dilakukan oleh The Asian Corporate Governance Association (AGGA) dan CLSA Limited (CLSA) pada tahun 2020 Indonesia menduduki peringkat ke-12 (<https://www.clsa.com>). Indonesia juga sudah memiliki Undang-Undang tentang landasan hukum implementasi GCG telah di atur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 66 ayat 2 Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang telah *go-public*.

Melalui GCG Manajer akan diminta untuk membuat keputusan yang keputusan tersebut akan bermanfaat bagi *stakeholder*, oleh karena itu jika suatu perusahaan tidak optimal dalam pengimplementasian *Good Corporate Governance* (GCG) pada akhirnya, korporasi tersebut akan ditinggalkan oleh para investor bahkan akan mendapatkan hukuman jika melanggar peraturan yang berlaku, korporasi tersebut dapat dilupakan oleh para *shareholder* (Mukhtaruddin et.al, 2019). Pelaksanaan GCG yang sesuai kebijakan yang berlaku dapat membuat para *shareholder* memberikan tanggapan secara positif terhadap performa perusahaan dan menaikkan nilai perusahaan (Njatrijani et al., 2019). Hubungan antara GCG dengan CSR memiliki hubungan yang saling terikat seperti dua sisi mata uang karena memiliki posisi penting di dalam dunia bisnis tetapi saling memiliki relasi satu sama lain (Khasanah & Sucipti, 2020).

CSR juga sangat penting bagi perusahaan "*consumer-non cyclicals*" salah satunya pada PT Unilever Tbk, Menurut Nurdiana Darus (2021) Head of Corporate Affairs And Sustainability PT.Unilever Tbk (UNVR) mengatakan, "Perusahaan (PT Unilever Tbk) terus melakukan komitmen berkelanjutan melalui upaya ikut serta mendukung program vaksinasi pemerintah.

Karena di unilever semua upaya untuk memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan terintegrasi dalam rantai nilai perusahaan” (<https://industri.kontan.co.id>). Selain itu PT Unilever Tbk juga menjunjung tinggi penerapan tata kelola perusahaan yang baik yaitu dengan membuat kerangka kerja yang didukung oleh berbagai sistem dan panduan agar pelaksanaan tata kelola dapat berjalan secara efektif dan konsisten di PT.Unilever Tbk (<https://www.unilever.co.id>). PT Gurang Garam Tbk juga terus melakukan berbagai cara untuk dapat terus serta dalam pemeliharaan pelestarian alam dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di lingkungan perusahaan PT Gudang Garam Tbk hal tersebut terus dilakukan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan untuk menjaga keberlanjutan usaha (<https://www.gudanggaramtbk.com>). Hal ini sesuai juga dengan isi Undang-Undang No 70 Tahun 2004 tentang Perseroan Terbatas (PT) berakitan dengan pengungkapan CSR pada bab kedua Pasal 66 ayat 6 yang mengatakan “Laporan tahunan paling sedikit memuat tentang laporan keuangan, laporan kegiatan perusahaan, laporan kegiatan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan” juga pada UU No 70 Tahun 2004 Bab V Pasal 74 ayat 1 yang berbunyi “Perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang dan/atau yang berkaitan dengan alam” “sumber daya berkewajiban untuk melaksanakan responsibilitas sosial dan lingkungan” (Bawai & Kusumadewi, 2021).

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi kepada para *stakeholder* sehingga bermanfaat untuk mengetahui pentingnya GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan untuk perusahaan *consumer non-cyclicals*, hal itu didukung oleh survei yang dilakukan, bahwa kebanyakan konsumen akan meninggalkan suatu produk yang memiliki profil buruk atau memiliki berita negatif (Indah et al., 2020).

Peneliti terlebih dahulu yang dilakukan oleh Dewi & Badera (2021) mendapatkan hasil bahwa pengungkapan GCG yang diproksikan oleh komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial berpengaruh positif pada nilai perusahaan juga menurut Kurnia & Wirasedana (2018) bahwa GCG yang diproksikan oleh komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai

perusahaan. Tetapi hal tersebut berbanding terbalik hasil dari penelitian terlebih dahulu menurut Firmansyah et al., (2020) dan Negara (2019) yang menyatakan bahwa GCG tidak memiliki relasi positif terhadap nilai perusahaan.

Peneliti terlebih dahulu yang dilakukan oleh Dewi & Badera (2021) mendapatkan hasil CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan pada perusahaan batu bara juga menurut Firmansyah et al., (2019) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tetapi berbanding sebaliknya yang dimana menurut Mukhtaruddin et al.(2019) dan Sabatini & Sudana (2019) bahwa CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kali ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang dimana penelitian kali ini menggunakan objek penelitian perusahaan sektor consumer non-cyclical tetapi pada penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian perusahaan sektor lainnya dan juga penelitian kali ini menggunakan laporan keuangan sampai tahun 2018-2021 sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan tahun penelitian pada laporan keuangan 2016-2019.

Karena ketidak pastian hasil penelitian sebelumnya mendorong penulis untuk meneliti apakah GCG dan CSR berpengaruh langsung terhadap *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang merupakan sektor perusahaan yang cukup banyak menyumbangkan masalah bagi lingkungan. Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini berjudul “PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER NON-CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)”

1.2 Masalah Penelitian

Peneliti melakukan beberapa perumusan permasalahan yang hendak dibahas dalam riset kali ini berdasarkan pemaparan di atas, yakni:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* ?
2. Apakah komite audit memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* ?

3. Apakah komisaris independen memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* ?
4. Apakah kepemilikan institusional memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* ?
5. Apakah kepemilikan manajerial memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian kali ini untuk :

1. Menyerap dan memberi bukti empiris relasi CSR terhadap nilai perusahaan.
2. Menyerap dan memberi bukti empiris GCG yang diproksikan sebagai komite audit terhadap nilai perusahaan
3. Mengetahui dan memberi bukti empiris relasi GCG yang diproksikan sebagai komisaris independent terhadap nilai perusahaan.
4. Menyerap dan memberi bukti empiris relasi GCG diproksikan sebagai kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan
5. Menyerap dan memberi bukti empiris relasi GCG yang diproksikan sebagai kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berhadapan penelitian ini bermanfaat dan dapat dijadikan referensi bukan hanya untuk penulis tetapi juga bagi para pihak yang lain yang berhubungan dengan permasalahan ini, yaitu:

1. Pembaca

Sebagai pembelajaran lebih dalam yang dilakukan melalui penelitian secara khusus untuk GCG dan CSR yang memiliki hubungan dengan nilai perusahaan.

2. Perusahaan

Sebagai sumber referensi bagi perusahaan untuk mempertimbangkan pentingnya pengimplementasian GCG dan pengungkapan CSR yang sesuai

dengan peraturan yang berlaku serta mengetahui dampak dan manfaat dari pelaksanaan hal tersebut.

3. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini, dapat menjadi landasan baru dari penemuan-penemuan baru tentang pengaruh dari GCG dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

4. Bagi akademis dan praktisi

Bagi akademis dan praktisi di harapkan menjadi pengertian lebih lanjut bahwa GCG dan CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan GCG diprosikan sebagai komite audit, komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan CSR diprosikan sebagai pengungkapan keberlanjutan (suistainibility reporting).

1.5 Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan oleh penulis akan diberikan suatu pembatasan dengan ruang lingkup tertentu agar tidak melebar dan lebih terarah dalam mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu, penelitian kali ini dibatasi hanya pada perusahaan sektor “*consumer non-cyclicals*” yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan mengeluarkan laporan keuangan pada tahun 2018 sampai dengan 2021. Penulis menggunakan variable dependen yaitu nilai perusahaan dan lima variable independent yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Good Corporate Governance (GCG)* yang diprosikan sebagai komite audit, komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan empat variable kontrol yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, *profitabilitas* dan *leverage*. Menggunakan penelitian kuantitatif, dengan teknik *purposive sampling* teknik penentuan sampel dan pengumpulan data secara *observasi*.