

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan didirikannya perusahaan memiliki beberapa tujuan, tujuan pertama adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar besarnya, tujuan kedua adalah untuk mensejahterakan pemiliknya, tujuan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang digambarkan dengan naiknya nilai saham perusahaan.

Salah satu peningkatannya nilai perusahaan terlihat dari nilai harga sahamnya. Penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Menurut **Rawi dan Munawir (2010)**, menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (tidak hanya nilai ekuitas, tetapi juga semua klaim keuangan seperti utang, *warrant*, maupun saham preferen) manajer dituntut untuk membuat keputusan yang memperhitungkan kepentingan semua *stakeholder*, sehingga manajer dapat mengambil keputusan sesuai yang di butuhkan oleh perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (**Tendi Haruman, 2008**). Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency problem*. Tidak jarang pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan kepentingan

antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*, 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 (**Jensen dan Meckling, 2010**).

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (**Bringham Gapensi, 1996 dalam Rika Susanti, 2010**). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset. Menurut **Andri dan Hanung (2007)** dalam **Nica Febrina (2010)** nilai perusahaan adalah nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya.

Nilai perusahaan menurut **Rika dan Islahudin (2008)** didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Menurut **Vinola Herawati (2008)** salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh **Profesor James Tobin (1967)**. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Jika Tobin's Q diatas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika Tobin's Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik. Jadi Tobin's Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya. Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (**Wahyudi dan Pawestri, 2006**).

Prinsip-prinsip dalam *corporate governance* juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan pemakai laporan keuangan, termasuk investor. Untuk berhasil di pasar bersaing, suatu perusahaan harus mempunyai pengelola perusahaan yang inovatif, yang bersedia untuk mengambil resiko yang wajar, dan yang senantiasa mengembangkan strategi baru untuk mengantisipasi situasi yang berubah-ubah. Hal ini menurut manajemen sebagai pengurus perusahaan mempunyai ruang gerak untuk bertindak bebas dan di dorong untuk bertindak agar kepentingan investor atau penanam modal. Contoh, Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) memberikan sanksi kepada tiga perusahaan yang terdaftar di Bursa. Salah satu diantaranya terbukti melaksanakan transaksi pinjaman senilai Rp 10 milyar kepada 64% pemegang sahamnya tanpa persetujuan dari pemegang saham lainnya.

Hal ini dianggap melanggar ketentuan BAPEPAM mengenai benturan kepentingan (**Bisnis Indonesia, “Bapepam kenakan sanksi 3 emiten dan 4 sekuritas”**. www.bisnis.com). Ketentuan-ketentuan dan prosedur diperlukan untuk menjaga kepentingan penanam modal dimana termasuk di dalamnya: ”pengelolaan pengawasan yang independen, transparansi atas kinerja perusahaan, kepemilikan, dan pengendalian; dan partisipasi dalam keputusan yang fundamental oleh para pemegang saham”, dengan perkataan lain harus dipatuhinya *Corporate Governance*. (Egon Zehnder International, 2000).

Corporate governance FCGI dalam publikasi yang pertamanya mempergunakan definisi *Cadbury Committee*, yaitu: "seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan." Disamping itu FCGI juga menjelaskan, bahwa tujuan dari *Corporate Governance* adalah "untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*)." Secara lebih rinci, *Corporate Governance* dapat dipergunakan untuk menjelaskan peranan dan perilaku dari Dewan Direksi, Dewan Komisaris, pengurus (pengelola) perusahaan, dan para pemegang saham.

Good 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. Peralnya, dengan keterbukaan informasi, analisis akan lebih mudah membuat analisis berdasarkan sumber informasi yang jelas (transparansi), sehingga bisa merekomendasikan *buy* pada saham tertentu. Secara tidak langsung, rekomendasi beli dari analisis itu akan mengangkat harga sahamnya.

Selain *good corporate governance*, isu lain yang juga diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah *corporate social responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan *multinational*. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.

Trade of cost and benefit merupakan *core* pertimbangan kebijakan perusahaan dalam banyak hal, tak terkecuali kebijakan tanggung jawab sosial. Ukuran eksistensi dan keberhasilan lebih ditunjukkan dengan ketercapaian materialis mekanistik yang *measurable*. Dengan demikian, dimensi transidental, kebajikan, dan kegiatan sosial justru dianggap sebagai pengorbanan yang akan mengurangi tingkat kesejahteraan pemilik. Bersinggungan dengan karakter dasar orientasi perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan yang terkadang kurang memiliki koherensi dan mendukung pencapaian kinerja operasional perusahaan secara ekonomi, dianggap sebagai pemborosan, sehingga perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial hanya sebatas *lips service* dan memenuhi standar minimal (sekedar memenuhi aturan yang menganjurkan) (Nor Hadi, 2011).

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 No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas diterbitkan dan mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. 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.

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.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka saya tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh mekanisme *Good Corporate Governance* dan Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

- 1) Seberapa besar pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013?
- 2) Seberapa besar pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013?
- 3) Seberapa besar pengaruh antara Mekanisme *Good Corporate Governance* dan Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang

makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013?

1.3. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki tujuan tertentu baik untuk kepentingan pribadi atau yang lain. Tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui seberapa besar pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013.
- 2) Mengetahui seberapa besar pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013.
- 3) Mengetahui seberapa besar pengaruh antara Mekanisme *Good Corporate Governance* dan Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2011-2013.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran secara jelas mengenai pengaruh mekanisme *Good Corporate Governance* dan penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat menambah khasanah pengetahuan dan pemahaman serta dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan, bahan diskusi, dan bahan kajian lanjutan bagi pembaca mengenai masalah yang berkaitan dengan Mekanisme *Good Corporate Governance* perusahaan, penerapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan, dan terhadap nilai perusahaan.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Dapat memberikan pengaruh mekanisme *Good Corporate Governance* perusahaan, dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab secara singkat dan jelas dari keseluruhan skripsi ini. Penulisan skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai objek dan metode penelitian yang digunakan, definisi dan pengukuran variabel penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, populasi dan target populasi, pengujian instrumen penelitian, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang analisis dan pembahasan, yang membahas gambaran unit analisis, analisis hasil penelitian, analisis pengujian hipotesis dan pembahasan dalam rangka menyusun kesimpulan.