

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan didirikan memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Dinarwati (2007) mengemukakan bahwa tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham atau memaksimalkan nilai perusahaan, bukan memaksimalkan profit. Memaksimalkan profit adalah mengabaikan tanggung jawab sosial, mengabaikan risiko, dan berorientasi jangka pendek. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi bagi para pemegang saham, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, kesejahteraan pemilik juga akan meningkat. Tingginya nilai perusahaan dapat ditandai dengan semakin meningkatnya harga saham. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah melakukan *go public* (Reny dan Priantinah, 2012).

Beberapa periode terakhir ini di Indonesia tidak sedikit perusahaan yang berusaha untuk mendekati masyarakat. Berbagai upaya dilakukan dalam bentuk dana maupun pelatihan. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*. Aktivitas yang dilakukan perusahaan ini pada dasarnya dilatarbelakangi beberapa alasan, seperti

kompetisi antar perusahaan, menjaga kelangsungan hidup perusahaan, menghindari konflik dengan masyarakat di sekitar perusahaan, kewajiban yang telah diatur pemerintah dalam peraturan perundang-undangan, maupun untuk menciptakan image yang baik (Bambang dan Melia, 2013).

Disamping itu dengan semakin kompleksnya aktivitas pengelolaan perusahaan, maka akan meningkatkan kebutuhan praktek tata kelola usaha yang baik (*Good Corporate Governance*) untuk memastikan bahwa manajemen berjalan dengan baik. Dengan memberikan prioritas terhadap perbaikan penerapan *Good Corporate Governance*, perusahaan dapat mengarah kepada peningkatan kinerja. Perusahaan yang dikelola dengan baik akan menumbuhkan keyakinan pelanggan dan memperoleh kepercayaan dari pasar (Ramadhani, 2009). Carningsih (2009) berpendapat bahwa dengan adanya salah satu mekanisme *Good Corporate Governance* ini diharapkan memonitoring terhadap manajer perusahaan dapat lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan. Jadi jika perusahaan menerapkan sistem *Good Corporate Governance* diharapkan kinerja perusahaan tersebut akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai.

Nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan atas pelaksanaan fungsi-fungsi keuangan. Tujuan dari menganalisis laporan keuangan perusahaan, yaitu untuk menilai atau mengevaluasi suatu kinerja khususnya manajemen perusahaan dalam suatu periode, serta menentukan strategi apa yang harus diterapkan pada

periode berikutnya jika tujuan perusahaan sebelumnya sudah tercapai. Hal ini menyadarkan para pemimpin perusahaan bahwa mengelola suatu perusahaan dalam abad informasi dengan sistem ekonomi yang bebas dan terbuka menjadi lebih kompleks. Semakin kompleksnya aktivitas pengelolaan perusahaan maka akan meningkatkan kebutuhan praktek tata kelola usaha yang baik (*Good Corporate Governance*) untuk memastikan bahwa manajemen berjalan dengan baik. Dengan memberikan prioritas terhadap perbaikan penerapan *Good Corporate Governance*, perusahaan dapat mengarah kepada peningkatan kinerja.

Pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* kini semakin disadari oleh berbagai perusahaan sebagai salah satu strategi bisnis. Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Amanti (2012), dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan tahunan, para shareholder dan stakeholder dapat mengevaluasi dan menetapkan keputusan tentang bagaimana aktivitas *Corporate Social Responsibility* perusahaan selama periode berjalan. Hal ini dilakukan perusahaan dengan harapan memperoleh respon positif dari investor, sehingga berpengaruh

bagi kelangsungan hidup perusahaan yang menjadi kekuatan keuangan perusahaan di masa yang akan datang.

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006). Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang datang (Taswan, 2003). *Growth* dapat berupa peningkatan maupun penurunan total aset yang dialami oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya (Saidi, 2004). Sriwardany (2006) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap perubahan harga saham. Artinya bahwa informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham. Harga saham ini nantinya akan berpengaruh pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Growth opportunity* yang tinggi akan memberikan peluang mendapatkan laba yang lebih tinggi pula di masa yang akan datang. Hal ini tentunya akan memberikan efek positif pula pada nilai perusahaan. Dengan demikian *growth opportunity* akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar (Sudarma, 2004) dalam Lifessy, 2011). Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2005). Dengan demikian analisis profitabilitas ini memiliki pengaruh yang sangat besar bagi para Investor dan karena alasan inilah maka perusahaan berupaya keras dalam memaksimalkan sumber daya yang ada untuk mencapai profit yang ditargetkan oleh perusahaan guna memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, berarti aset yang dimiliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya pun semakin banyak. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan

pendanaan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan. Menurut Riyanto (2011:299), suatu perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Sebaliknya perusahaan yang kecil dimana sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian maka pada perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil.

Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan.

Leverage digambarkan untuk melihat sejauh mana asset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Kusumawati dan Sudento (2005) menggambarkan *leverage* sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya dengan menggunakan ekuitas yang dimilikinya. *Leverage* dapat

dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil.

Leverage merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan asset yang tinggi namun resiko *leveragenya* juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan asset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Roberts (1992) dalam Anggraini (2006) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Dalam penelitian ini klasifikasi industri *high-profile* diwakilkan oleh jenis industri ekstraktif seperti pertambangan yang merupakan jenis sektor primer. Selain itu, perusahaan manufaktur yang merupakan jenis sektor sekunder juga diklasifikasikan sebagai *high-profile*. Kemudian untuk sektor tertier seperti perusahaan dagang, perbankan, perusahaan sekuritas diklasifikasikan sebagai jenis *low-profile*.

Penelitian yang dilakukan oleh Fiadicha dan Hanny (2016) menyebutkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pratiwi dan Rahayu (2014) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Agustina (2013) menyebutkan bahwa *corporate social responsibility* dan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Lutwihajib dkk., (2016) dalam penelitian menyebutkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Kesuma (2009) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Yunlasi dan Wirakusuma (2012) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Gill dan Obradovich (2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Naceur dan Goaid (2002) memiliki hasil yang bertentangan, dimana hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Yuyetta (2009) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini bermaksud mereplikasi penelitian yang telah dilakukan oleh Retno dan Priantinah (2012) yaitu menganalisis pengaruh yang ditimbulkan antara pengungkapan *corporate sosial responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu karena adanya penambahan variabel *growth opportunity*. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011 hingga 2015.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan perbedaan penelitian di atas, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Dalam penyusunan skripsi ini pembahasan sangat penting agar masalah dalam objek yang diteliti dapat dicapai tanpa dihubungkan dengan masalah yang lain, maka ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah variabel *good corporate governance*, pengungkapan *corporate sosial responsibility* dan *growth opportunity* sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan.
2. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan jenis industri.

3. Objek yang akan diteliti adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *good corporate governance* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015?
2. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015?
3. Apakah *growth opportunity* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan, apakah *good corporate governance* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015.

2. Untuk menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, apakah pengungkapan *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015.
3. Untuk menguji pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan, apakah *growth opportunity* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015.

1.5. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah khasanah teoritik di bidang ilmu pendidikan dan diharapkan dapat memperkuat penelitian yang telah dilakukan sebelumnya berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi institusi pendidikan (universitas)

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan kontribusi bagi perusahaan mengenai nilai perusahaan ditinjau dari *good corporate governance*, pengungkapan *corporate sosial responsibility* dan *growth opportunity*.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman atau referensi untuk penelitian berikutnya yang sejenis.

