

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

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 *go public*. 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 (Permanasari, 2019:2)

Perusahaan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Mahendra, 2012) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang

saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah melalui tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance*. GCG merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan bagi para pemegang sahamnya (Haruman, 2008). *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI, 2001) merumuskan tujuan dari *Corporate Governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (stakeholders). *Corporate Governance* mengandung empat unsur penting, yaitu keadilan, transparansi, pertanggungjawaban, dan akuntabilitas yang mana diharapkan dapat menjadi suatu jalan dalam mengurangi konflik. Adanya tata kelola perusahaan yang baik maka akan dinilai dengan baik pula oleh investor. Isu mengenai *corporate governance* mulai mengemuka, khususnya di Indonesia pada tahun 1998 ketika Indonesia mengalami krisis yang berkepanjangan. Banyak pihak yang mengatakan lamanya proses perbaikan di Indonesia disebabkan oleh sangat lemahnya *corporate governance* yang diterapkan dalam perusahaan di Indonesia. Sejak saat itu, baik pemerintah maupun investor mulai memberikan perhatian yang cukup signifikan dalam praktek *Corporate Governance*. Kaen dan Shaw (2012:120) terdapat empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep GCG yaitu *fairness, transparency, accountability, dan responsibility*. Keempat komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *good corporate governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga dapat menjadi penghambat aktivitas rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk dapat memenuhi kepentingan *stakeholders* dan menjamin keberlangsungan perusahaan jangka panjang. Praktik dan pengungkapan CSR merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep *Good Corporate Governance* (GCG), yang prinsipnya

antara lain menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholders*-nya, sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerjasama yang aktif dengan *stakeholders* demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan (Solihin, 2010:86). Kecenderungan globalisasi dan meningkatnya permintaan dari stakeholder terhadap perusahaan untuk melaksanakan peran tanggung jawab sosial dan pengungkapannya mendorong keterlibatan perusahaan dalam praktik CSR.

Perusahaan menganggap bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sekarang ini menjadi tuntutan bagi perusahaan bukan lagi sebagai suatu hal yang bersifat sukarela saja. Laporan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia dilaporkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan yang diatur dalam UU No.40/2007 pasal 66 ayat (6) yang menyebutkan bahwa Direksi harus menyampaikan laporan tahunan yang harus memuat sekurang-kurangnya: (1) Laporan keuangan yang terdiri atas laporan laba-rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan posisi keuangan, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan (2) Laporan mengenai kegiatan perseroan (3) Laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (4) Rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang mempengaruhi kegiatan usaha perseroan (5) Laporan mengenai tugas pengawasan yang telah dilaksanakan oleh Dewan Komisaris (6) Nama anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris (7) Gaji dan tunjangan bagi anggota Direksi atau honorarium dan tunjangan bagi anggota Dewan Komisaris Perseroan.

Tingkat profitabilitas yang tinggi menyebabkan harga saham akan meningkat. Dengan harga saham yang meningkat mencerminkan bahwa nilai perusahaan dalam keadaan baik. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan semakin baik nilai perusahaan dan sebaliknya, Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan

membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan Hermuningsih, (2012:38).

Kurnia, (2015:29) menyatakan bahwa profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagi kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak, sehingga dengan profitabilitas yang tinggi dapat memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaannya yang tercermin pada harga sahamnya.

Dalam laporan kuartal III 2020, laba bersih PT Astra International Tbk di bisnis otomotif anjlok 70 persen menjadi Rp1,8 triliun dari Rp 6,06 triliun pada periode yang sama tahun lalu. Secara umum, pendapatan bersih konsolidasian Grup pada sembilan bulan pertama tahun 2020 sebesar Rp130,3 triliun menurun menjadi 26 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Laba bersih, setelah memasukkan keuntungan dari penjualan saham Bank Permata, sebesar Rp14,0 triliun menurun 12 persen dibanding dengan sembilan bulan pertama pada 2019. Tanpa memasukkan keuntungan dari penjualan tersebut, laba bersih Astra Grup menurun 49 persen menjadi Rp8,2 triliun, terutama karena penurunan kinerja divisi otomotif, alat berat dan pertambangan, dan jasa keuangan. Nilai aset bersih per saham pada 30 September 2020 sebesar Rp3.822, meningkat 5% dari nilai aset bersih per saham pada 31 Desember 2019 (JPNN.com, diakses 16/12/2020).

Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), dari data bulan jan 2019 - jan 2020 volume penjualan kendaraan menurun sampai 46% dari 482,1 ribu unit menjadi 260,9 ribu unit. Karena akibat dari Pandemi ini pun masyarakat lebih mempertimbangkan hal yg lebih penting dibanding membeli kendaraan bermotor, dengan adanya pandemi yang melanda ini maka diprediksi untuk tahun 2021 industri otomotif masih akan berada di bawah tingkat rata-rata pasar biasanya.

Pemulihan sektor otomotif yang terkena dampak covid-19 pun akan membutuhkan waktu yang panjang, minimal 2 tahun untuk mengembalikan penjualan ke tahap awal, dalam pemulihan sektor ini juga akan sangat bergantung terhadap keadaan ekonomi dari masyarakat sendiri, pastinya akan membutuhkan

tahapan - tahapan yang panjang untuk kembali pulih. Pemulihan akan sangat berpengaruh karena sarana dan prasarana publik yang semakin mendukung masyarakat untuk menggunakan transportasi publik menuju tempat tujuan dengan cepat dan mudah, sehingga ini pasti juga berdampak pada penjualan produk otomotif yang menurun (Liputan6.com, diakses tanggal 16/12/2020).

Peneliti memodifikasi penelitian yang dilakukan Susanto dan Ardini (2016:93) yang menggunakan variabel profitabilitas dengan indikator *Return On Assets* (ROA), namun peneliti menggunakan variabel yang sama dan indikator berbeda yaitu *Net Profit Margin* (NPM) dan *Operating Profit Margin* (OPM). Penelitian yang dilakukan Susanto & Ardini, (2016:93) mengungkapkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun Hasil penelitian Ardimas dan Wardoyo (2014:66) menunjukkan bahwa ROA dan ROE memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan OPM, NPM, dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian Wijaya, (2014:87) yang mendapatkan bukti bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, yang memiliki peran terhadap aktivitas pengawasan. Tidak hanya kepemilikan manajerial dan institusional yang dianggap berpengaruh terhadap nilai perusahaan dewan komisaris berperan dalam pengawasan dan pemberian nasehat kepada direksi secara efektif dan lebih memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Demikian hal ini akan memberikan benefit yang tinggi bagi perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat meningkat. (Anggraini 2013:121) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang diungkapkan di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yang akan di bahas dalam penelitian, yaitu;

1. Apakah Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Dewan Komisaris Independen, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Dewan Komisaris Independen, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

- 1). Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan pembaca, Sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi di perpustakaan STEI Indonesia atau perbandingan bagi penelitian - penelitian yang akan datang terkait dengan pengaruh dewan komisaris

independen, pengungkapan *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2). Bagi Regulator

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Asosiasi Gaikindo dan Bursa Efek Indonesia (BEI) selaku regulator dan Kementerian Perindustrian dalam Menyusun peraturan yang lebih baik di masa yang akan datang. Penelitian ini juga dapat memberikan input kepada perusahaan manufaktur dalam menjaga kualitas perusahaan.

3). Bagi Investor

Penelitian ini dapat memberi informasi tambahan dan masukan kepada investor mengenai pengaruh dewan komisaris independen, pengungkapan *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik untuk menentukan investasi yang lebih tepat.