

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tujuan suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai saham dan memperoleh keuntungan setinggi-tingginya. Nilai pemegang saham akan meningkat jika nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada para pemegang saham. Bagi perusahaan yang masih bersifat tertutup atau belum *go public*, nilai perusahaan akan ditetapkan oleh lembaga penilai atau *appraisal company* (Suharli, 2006). Bagi perusahaan yang akan *go public* nilai perusahaan dapat diindikasikan dari jumlah variabel yang melekat pada perusahaan tersebut. Misalnya aset yang dimiliki perusahaan tersebut dan keahlian manajemen untuk mengelola perusahaan.

Perusahaan harus mempunyai visi dan misi serta tujuan yang jelas. Tujuan perusahaan salah satunya adalah memperoleh keuntungan semaksimal mungkin, sehingga nilai pasar perusahaan yang direfleksikan dalam harga saham di pasar modal juga akan meningkat. Jika perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa depan maka harga saham juga akan meningkat. Sebaliknya apabila perusahaan dinilai kurang memiliki prospek kedepannya maka harga saham juga akan menurun. (Mardiyati dkk., 2012).

Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau sering disebut *corporate social responsibility disclosure* (CSR), dalam beberapa tahun terakhir menjadi isu yang penting dan ramai dibicarakan serta mendapat perhatian luas dari

berbagai kalangan begitu juga untuk tahun–tahun selanjutnya. CSR akan sangat berperan dalam memperoleh keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, semakin besar investasi perusahaan dalam isu–isu CSR, makin besar pula manfaat ekonomi yang didapat. CSR juga berdampak positif terhadap kinerja dan nilai perusahaan (Andreas, 2011). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Susanti (2014) bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Cecilia (2015) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

CSR didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, melebihi kepentingan perusahaan yang diwajibkan oleh hukum. Di Indonesia sendiri tanggung jawab sosial sudah diwajibkan oleh hukum, hal ini tercantum di dalam Undang–undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 mengatur tentang kewajiban perusahaan untuk melakukan CSR.

Perusahaan yang memiliki keuntungan atau profitabilitas yang tinggi serta dapat memperoleh laba yang setiap waktunya meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik, selain itu profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan prospek baik untuk perusahaan kedepannya, hal tersebut akan menimbulkan sentimen yang positif terhadap pemegang saham sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan akan tercipta apabila adanya kerjasama antara pemegang saham, manajemen, dan pengambil kebijakan–kebijakan keuangan (Sukirni, 2012). Laba merupakan angka yang sangat penting bagi perusahaan. Dengan laba, perusahaan dapat memberikan kesejahteraan

pengelola maupun pemegang saham perusahaan. Profitabilitas mengukur fokus pada laba perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba/keuntungan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Cecilia (2015) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan memberikan indikasi prospek perusahaan yang lebih baik. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Moniega (2013).

Ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap kemudahan suatu perusahaan dalam memperoleh hutang. Perusahaan yang besar memiliki aktiva yang besar pula sehingga dapat dijamin dalam sumber pendanaan. Ukuran perusahaan yang besar akan menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga para investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat pula. Total aset yang besar akan memberikan keleluasaan terhadap pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Bagi para investor dan kreditor ukuran perusahaan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan. Perusahaan yang mempunyai ukuran besar tentunya akan memiliki kekuatan untuk mendapatkan dana dari kreditor. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki perusahaan, semakin banyak aset yang dimiliki perusahaan maka semakin leluasa manajemen mengelolanya untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut pernyataan Nuraina (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal, hal itu dianggap sebagai sinyal positif oleh para investor. Penelitian sejalan juga dilakukan oleh Prasetyorini (2013) dan Maryam (2014). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Cecilia (2015) investor

tidak terlalu memperhatikan ukuran suatu perusahaan melainkan lebih pada profitabilitas perusahaan.

Kepemilikan institusional umumnya bertindak sebagai pihak pengawas perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat kepemilikan institusional yang besar mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional semakin efisien pemanfaatan aktiva yang dimiliki perusahaan dan juga dapat sebagai pencegah pemborosan yang dilakukan manajemen. Dengan adanya kepemilikan institusional akan meningkatkan pengawasan terhadap manajemen. Kepemilikan institusional dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan, dengan memanfaatkannya informasi, serta dapat mengatasi konflik keagenan karena dengan meningkatkan kepemilikan institusional maka aktivitas perusahaan juga akan diawasi oleh pihak institusi atau lembaga. Struktur kepemilikan yang dimiliki perusahaan diharapkan bisa mempengaruhi keputusan pendanaan. Semakin tinggi struktur kepemilikan perusahaan maka semakin kuat juga kontrol eksternal terhadap perusahaan. Dengan adanya kontrol yang ketat maka manajer akan menggunakan hutang dengan tingkat rendah untuk mengatasi risiko kebangkrutan (Susanti, 2014).

Nuraina (2012) menyatakan bahwa semakin tinggi kepemilikan institusional maka pengadilan dari pihak eksternal akan semakin kuat, hal itu akan mengurangi adanya *agency cost* dan nilai perusahaan akan meningkat. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Wida (2014). Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2014) menyatakan kepemilikan institusional yang tinggi akan berdampak pada penurunan harga saham.

Dalam proses peningkatan nilai perusahaan tidak jarang akan terjadi konflik pemikiran antara pemegang saham dengan pihak manajemen, dimana pihak manajemen mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan pemikiran antara manajemen dengan pemegang saham disebut juga *agency conflict*. Untuk mengatasi konflik antara pemegang saham dan manajemen dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen. Dengan menyetarakan pemegang saham dengan manajemen maka pihak manajemen akan termotivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hubungan antar kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan adalah hubungan *nonmonotonic* yang berarti muncul karena adanya insentif yang dimiliki oleh manajer dan mereka akan berusaha mensejajarkan kepentingan dengan *outsider ownership* dengan cara meningkatkan saham mereka apabila nilai perusahaan meningkat.

Dalam mengawasi dan monitor perilaku manajer, pemegang saham akan mengeluarkan biaya pengawasan yang disebut juga *agency cost*. Untuk mengurangi *agency cost*, maka dapat dilakukan dengan meningkatkan kepemilikan manajerial. Langkah ini ditempuh dengan memberikan kesempatan bagi manajer untuk terlibat dalam kepemilikan saham perusahaan. Dengan keterlibatannya ini manajer akan bertindak mempertimbangkan risiko dan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya dalam mengelola perusahaan (Ningsih, 2013). Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Susanti (2014). Sedangkan penelitian Wida (2014) menyatakan bahwa peningkatan kepemilikan manajerial tidak mampu mengurangi konflik agensi, akibat hubungan keagenan.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya menunjukkan hasil yang belum konsisten sehingga dari

hasil tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013 - 2015)**”.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cecilia (2015) meneliti tentang faktor–faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cecilia (2015) yaitu terdapat penambahan variabel berupa Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial. Perbedaan selanjutnya terdapat pada sampel yang digunakan dalam penelitian, dalam penelitian ini peneliti menggunakan Laporan Keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia terbaru tahun 2013–2015.

B. Batasan Masalah

Dalam penilitan ini hanya menggunakan beberapa faktor pengukur yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *corporate social responsibility disclosure*, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial. Penelitian ini juga hanya dilakukan pada Perusahaan Manufaktur.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?

3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah kepemilikan instusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menguji bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi tambahan bukti empiris bagi pihak emiten, investor, dan profesi akuntan mengenai pengetahuan dan mengembangkan wawasan tentang pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para akademisi untuk dapat memahami pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bahan referensi dan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya.