I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini pesatnya perkembangan dunia bisnis menyebabkan perusahaan harus mampu bersaing dengan para pesaing-pesaing bisnisnya dan harus mampu bertahan hidup dari ketatnya persaingan tersebut. Ketatnya persaingan inilah yang menyebabkan perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk-produk yang dimilikinya. Untuk melakukan inovasi dan memperbaiki kinerja serta memperkenalkan produk kepada konsumen, maka perusahaan memerlukan dana yang lebih.

Cara yang dianggap efisien dalam mendapatkan sumber dana adalah dengan *go public*. Akan tetapi tidak mudah untuk memperoleh dana melalui investasi, karena terdapat perbedaan karakteristik investor didalam menilai sebuah investasi. Dalam pengambilan keputusan investasi dibutuhkan laporan keuangan yang dapat mencerminkan kinerja suatu perusahaan yang disebabkan oleh angka-angka dalam laporan keuangan tersebut. Oleh karena itu, laporan keuangan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan investor sebagai salah satu pertimbangan dalam keputusan berinvestasi. Dari laporan keuangan juga investor dapat mengetahui nilai suatu perusahaan yang terlihat dari harga saham yang diperdagangkan serta dapat melihat kondisi perusahaan secara fundamental.

Tujuan utama perusahaan yang telah *go public*, yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan (Sari dan Abundanti, 2014). Pandangan investor pada tingkat keberhasilan perusahaan terlihat melalui nilai perusahaan. Semakin tingginya nilai perusahaan karena tingginya harga saham akan membuat investor percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang. Untuk meningkatkan kepercayaan dan meyakinkan para investor untuk berinvestasi, sangat penting bagi perusahaan yang telah *go public* melaporkan laporan keuangan dan laporan tahunan kepada bursa efek, investor dan publik sebagai dasar keputusan berinvestasi.

Ada beberapa aspek yang dapat mengukur nilai perusahaan, salah satunya ialah harga saham perusahaan karena memperlihatkan penilaian investor secara keseluruhan atas ekuitas yang dimiliki (Hariani, 2012). Harga saham menunjukkan kinerja manajemen perusahaan serta penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar. Maka dengan memaksimalkan harga pasar saham sama dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan karena nilai perusahaan dapat diproksikan dengan harga saham. Harga saham juga dapat menunjukkan semua informasi yang relevan dari suatu perusahaan dan apabila terdapat informasi baru pasar akan bereaksi.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan, salah satunya adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang merupakan suatu konsep yang menjadikan perusahaan tidak lagi hanya mencerminkan nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan perusahaan saja tetapi juga harus memperhatikan kondisi sosial dan lingkungan. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang berkembang menjadikan terjadinya kesenjangan

sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, berdasarkan hal tersebut muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif tersebut.

Secara teoritis *Corporate Social Responsibility* merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). Semua itu tidak terlepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi, dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak (Azheri, 2011).

CSR merupakan perwujudan pertanggungjawaban perusahaan atas dampak lingkungan sebagai aktivitas usahanya. Banyak perusahaan di Indonesia yang terlibat konflik dengan masyarakat karena tidak memperhatikan lingkungan sekitarnya, seperti kasus lumpur Lapindo di Porong, konflik masyarakat Papua dengan PT Freeport Indonesia, konflik masyarakat Aceh dengan Exxon Mobile yang mengelola gas bumi di Arun, pencemaran lingkungan oleh Newmont di Teluk Buyat, dan lain sebagainya.

Paradigma agar perusahaan menerapkan CSR semakin lengkap berdasarkan hasil survei pada tahun 2005 terhadap 375 perusahaan di Jakarta. Hasil survei menunjukkan bahwa 166 (44,27%) perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan CSR dan 209 (55,75%) perusahaan melakukan kegiatan CSR. Sedangkan kegiatan CSR yang dilakukan adalah, *pertama*; kegiatan kekeluargaan (116 perusahaan), *kedua*; sumbangan pada lembaga agama (50 perusahaan), *ketiga*; sumbangan pada yayasan sosial (39 perusahaan), *keempat*; pengembangan

komunitas (4 perusahaan). Survei ini juga mengungkapkan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan amat tergantung pada keinginan pihak manajemen perusahaan (Azheri, 2011).

Selain *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG) juga dapat meningkatkan nilai tambah karena dengan menerapkan *Good Corporate Governance*, diharapkan perusahaan akan memiliki kinerja yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan yang mampu memberikan keuntungan bagi pemegang saham atau pemilik perusahaan. GCG dapat didefinisikan sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (pemegang saham atau pemilik modal, komisaris atau dewan pengawas dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika. Adapun *Center for European Policy Study* (CEPS), memformulasikan GCG adalah seluruh sistem yang dibentuk mulai dari hak (*right*), proses dan pengendalian baik yang ada di dalam maupun di luar manajemen perusahaan.

Pada prinsipnya *corporate governance* menyangkut kepentingan para pemegang saham, perlakuan yang sama terhadap para pemegang saham, peranan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dalam *corporate governance*, transparansi dan penjelasan, serta peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit. Kegagalan perusahaan berskala besar, skandal-skandal keuangan dan krisis-krisis

ekonomi di berbagai negara, telah memusatkan perhatian kepada pentingnya *corporate governance*.

Nilai perusahaan dapat juga diukur dengan menggunakan kebijakan hutang pada perusahaan karena dengan hutang yang semakin tinggi menyebabkan nilai perusahaan menjadi turun. Hal ini terjadi karena investor menilai bahwa hutang yang tinggi menyebabkan risiko yang besar pula terhadap pengembalian investasi. Hutang akan menimbulkan beban tetap berupa bunga yang harus dibayarkan perusahaan yang menyebabkan laba menjadi menurun dan modal pemegang saham ikut menurun.

Leverage digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Semakin besar *leverage* memperlihatkan risiko investasi yang semakin besar pula, begitu juga sebaliknya perusahaan yang memiliki *leverage* yang rendah memiliki risiko yang rendah pula. Peningkatan *leverage* dapat memberikan dua macam signal, yaitu berita baik (*good news*) sekaligus berita buruk (*bad news*). Berita baik jika peningkatan *leverage* menunjukkan kemampuan manajemen untuk meningkatkan nilai. Sebaliknya, menunjukkan berita buruk jika manajer melakukan peningkatan *leverage* karena terpaksa dan bukan karena alasan efisiensi (Novaes, 2002).

Ukuran perusahaan juga dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah juga perusahaan mendapatkan sumber dana baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut bermacam cara antara lain *log*

size, total aktiva, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu ukuran perusahaan menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar kecilnya suatu objek. Jika pengertian tersebut dikaitkan dengan perusahaan maupun organisasi, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu perusahaan maupun organisasi. Untuk itu pengertian selanjutnya mengenai ukuran perusahaan adalah sesuatu yang dapat mengukur nilai dari besar atau kecilnya suatu perusahaan. Wedari (2006) dalam Eka (2010) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi. Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah.

Menurut Analisa (2011), ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari *total assets* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki *total asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah asset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan

tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kebijakan dividen merupakan salah satu aspek penting dalam tujuan memaksimalkan nilai perusahaan. Manajemen memiliki dua alternatif perlakuan terhadap penghasilan bersih setelah pajak atau *Earnings After Tax* (EAT), yaitu membaginya kepada para pemegang saham dalam bentuk dividen, atau diinvestasikan kembali ke dalam perusahaan sebagai laba ditahan. Biasanya, sebagian EAT dibagi dalam bentuk dividen dan sebagian lagi diinvestasikan kembali. Oleh karena itu, manajemen harus membuat kebijakan tentang besarnya EAT yang dibagikan sebagai dividen tersebut.

Apabila perusahaan memutuskan untuk membagi laba yang diperoleh sebagai dividen berarti akan mengurangi jumlah laba ditahan yang akhirnya mengurangi sumber dana internal yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan. Tetapi dengan membagikan dividen pun, perusahaan dapat mengurangi biaya agensi dikarenakan mengurangi jumlah arus kas perusahaan yang seringkali digunakan oleh manajer untuk digunakan secara tidak efisien.

Nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan membayar dividennya. Besarnya dividen yang dibagi tersebut dapat mempengaruhi harga saham. Apabila dividen yang dibayarkan tinggi maka harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi. Namun, jika dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham kecil maka harga saham perusahaan itu juga rendah. Dengan demikian, dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan (Martono dan Harjito, 2005).

Perusahaan industri manufaktur dalam penelitian digunakan menjadi objek penelitian. Hal ini dikarenakan industri ini memuat informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Implementasi *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan”** (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan uraian di atas adalah sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012?
2. Apakah *good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012?
3. Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012?
5. Apakah kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2012?

6. Apakah *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen secara simultan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi manajemen perusahaan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan menyangkut pendanaan perusahaan dan sebagai alat untuk mengetahui kemajuan perusahaan.

2. Bagi investor diharapkan dapat bermanfaat untuk membantu dalam pengambilan keputusan berinvestasi di pasar modal sebagai bahan evaluasi.
3. Bagi kalangan akademis sebagai bahan referensi yang dapat digunakan untuk melengkapi dan menambah informasi pada penelitian-penelitian serupa pada masa yang akan datang.