

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Harus ada tujuan yang dipikirkan saat membentuk sebuah perusahaan. Harga saham adalah cerminan upaya perusahaan untuk meningkatkan laba dan nilai bisnis. Perusahaan juga memiliki kepentingan finansial untuk memperkaya pemiliknya. Karena mewakili nilai sekarang dari pendapatan yang diharapkan di masa depan, pasar menggunakan nilai bisnis untuk menilai perusahaan. Dengan demikian, untuk mencapai tujuan organisasi, adalah tugas manajer untuk melakukan tugas manajemen keuangan. (Khasanah & Sucipto, et al., 2020, p.14-28).

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Nilai saham perusahaan adalah salah satu indikator penilaian pasarnya, yang pada gilirannya memberikan penjelasan tentang nilai perusahaan. Dengan kata lain, harga saham yang lebih tinggi mengindikasikan perusahaan yang lebih bernilai. (Safitri, et al., 2015, p.1-20). Dengan harga saham yang lebih tinggi, perusahaan dapat memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Memperhatikan masalah ekonomi, lingkungan, dan sosial dapat membantu perusahaan membangun nilai mereka. (Novia, et al., 2023, p.257-276).

Nilai suatu perusahaan dapat dimaksimalkan melalui kombinasi tindakan manajemen yang terbaik, yang akan berdampak pada kesejahteraan pemegang saham. Penambahan hutang ke seluruh ekuitas, yang mungkin mewakili nilai perusahaan, adalah nilai pasar dari ekuitas tersebut. sambil mendanai bisnis

dengan pendapatan yang relatif besar. Secara umum, terdapat sejumlah cara untuk menilai sebuah perusahaan, diantaranya adalah melihat harga sahamnya, yang mewakili opini investor terhadap seluruh ekuitas perusahaan.

Tabel 1.1
Harga Saham Perusahaan Jasa Transportasi di Indonesia

Nama Perusahaan	Kode Saham	Harga Saham (Per 15 Desember 2023)
PT Batavia Prosperindo Trans Tbk	BPTR	Rp. 85
PT Samudera Indonesia Tbk	SMDR	Rp. 292
PT Temas Tbk	TMAS	Rp. 138
PT Transkon Jaya Tbk	TRJA	Rp. 272
PT Trans Power Marine Tbk	TPMA	Rp. 102

Sumber: IDX, 2023

Pada tabel 1.1, dapat dilihat perbandingan harga saham beberapa perusahaan jasa transportasi pesaing PT. Blue Bird pada tahun 2023. Minat Investor pada perusahaan di Indonesia pasca pandemi Covid-19 mengalami penurunan. Salah satunya pada perusahaan jasa transportasi yang terdampak berat. PT. Blue Bird merupakan perusahaan transportasi terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang juga terdampak secara langsung. Hal ini muncul karena disebabkan penurunan minat investor saat berinvestasi pada PT. Blue Bird. Selain harganya dinilai terlalu mahal, kasus sengketa keluarga pendiri ikut merecoki IPO Blue Bird. Adapun nilai perusahaan ditentukan oleh perubahan harga saham pada PT. Blue Bird tercantum dalam tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2
Perkembangan Harga Saham PT. Blue Bird Tahun 2023

No	Bulan	Terakhir	Pembukaan	Tertinggi	Terendah	Volume	Perubahan
1	Januari	1615	1415	1640	1330	108,48M	14,54%
2	Februari	1765	1615	1.945	1.615	108,12M	+9.29%
3	Maret	1745	1765	1.855	1.635	72,03M	-1.13%
4	April	1765	1750	1.810	1.595	71,70M	+1.15%
5	Mei	1800	1765	1.900	1.720	65,53M	+1.98%
6	Juni	2150	1800	2.260	1.800	117,88M	+19.44%
7	Juli	2250	2160	2.420	2.110	95,25M	+4.65%
8	Agustus	2180	2310	2.430	2.110	102,61M	-3.11%
9	September	2100	2180	2.250	1.900	80,61M	-3.67%
10	Oktober	1980	2100	2.260	1.920	71,26M	-5.71%
11	November	1895	1990	1.990	1.830	49,72M	-4.29%
12	Desember	1790	1895	1.950	1.730	34,49M	-5.54%

Sumber : Investing.com, 2024

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa dari perusahaan Blue Bird mengalami fluktuasi perubahan harga saham yang menentukan nilai perusahaan naik atau turun. Seperti terlihat pada bulan agustus sampai desember terus terusan mengalami penurunan harga saham dan tertinggi penurunannya pada bulan desember sebesar -5,54% artinya PT Blue Bird masih perlu peningkatan nilai perusahaan ditinjau dari pentingnya CSR. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, korporasi terus berupaya mempertahankan kompetensi bisnisnya. Penilaian Perusahaan yang besar dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik saham. Dengan adanya kepastian ini, investor bersemangat untuk menanamkan uangnya ke perusahaan tersebut. Mengkaji kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah salah satu cara untuk menentukan perusahaan itu memiliki peluang bagus di kemudian hari atau mungkin tidak. Pendapatan suatu korporasi merupakan salah satu faktor penentu nilainya selain menjadi kebutuhan membayar para pendukungnya (Koeshardjono, 2019, p. 4). CSR merupakan

sebuah variabel yang memberikan pengaruh pada nilai perusahaan (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020, p 68-87). CSR adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh korporasi sebagai wujud komitmen dan perhatian pada lingkungan dan masyarakat. Kini, korporasi tidak hanya berfokus pada satu aspek, yakni estimasi perusahaan yang tercermin dari keadaan keuangan semata. Sebaliknya, komitmen perusahaan perlu mencakup tiga aspek, yakni tidak sekedar kinerja finansial, namun pertimbangan sosial dan lingkungan (Kusuma & Syafruddin, 2014, p 1-13).

Bisnis yang melakukan kegiatan CSR dihargai oleh investor. Kegiatan CSR menawarkan data yang dapat digunakan untuk mengevaluasi keberlangsungan perusahaan pada periode yang panjang. Pengungkapan CSR secara teratur dikaitkan dengan harga saham yang lebih tinggi dan, dengan demikian, nilai total yang lebih tinggi bagi perusahaan. Sebab, pasar akan memberikan imbalan kepada perusahaan atas perilaku tersebut. Korporasi mengeluarkan biaya-biaya tertentu sebagai akibat dari pelaksanaan kewajiban sosialnya; biaya-biaya tersebut pada akhirnya menjadi memberatkan dan menurunkan pendapatan dan margin keuntungan perusahaan. Kedudukan perusahaan di mata pihak luar akan meningkat jika melaksanakan tanggung jawab sosial secara berkelanjutan dan konsisten (Meilinda Murnita & Dwiana Putra, et al., 2018, p. 25).

Di saat permasalahan lingkungan hidup semakin meluas, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi sebuah kebutuhan bagi sektor bisnis itu bukanlah suatu pilihan. Pasal 74 UU PT, UU Nomor 40 Tahun 2007, yang mengatur tentang tanggung jawab korporasi dalam menjalankan CSR. Perusahaan

memperkirakan sejumlah insentif dan keuntungan dari keterlibatan dalam tanggung jawab sosial perusahaan, seperti: a). Dunia usaha menghindari reputasi buruk dari pihak-pihak yang merusak lingkungan demi keuntungan jangka pendek, tanpa menghiraukan konsekuensinya bagi generasi mendatang. b). Manajer dan staf dapat mengatasi kesulitan seperti tuntutan pekerjaan di lingkungan tempat kerja dengan menggunakan landasan etika yang kuat, c). Perusahaan mendapat penghargaan dari konstituen inti yang mendukung keberadaannya, terutama dalam hal peluang kerja, d). Dengan bertindak secara etis, bisnis mencegah masalah lingkungan dan menjaga lingkungan operasi yang aman (Puspaningrum, et al., 2017).

Manajemen perusahaan adalah sistem pengendalian dan pengawasan yang berusaha mencapai kinerja optimal tanpa meningkatkan biaya bagi para pemangku kepentingan (OCED, 2006). Pilihan-pilihan keuangan yang dibuat oleh para pemimpin seharusnya menguntungkan para pemangku kepentingan dengan penerapan GCG atau manajemen perusahaan. Di sisi lain, perusahaan yang gagal menerapkan GCG secara efektif dapat membuat investornya kabur, potensi konsekuensi hukum jika terjadi pelanggaran, dan ketidaksetujuan masyarakat (M.A. Effendi 2016; Mukhtaruddin et al., 2019; Odoemelum dan Okafor 2018).

Saat ini, penerapan *GCG* bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga merupakan kebutuhan penting bagi korporasi untuk menaikkan nilai perusahaan. Manajemen perusahaan yang baik atau *GCG* efektif mencerminkan komitmen sosial perusahaan. *CSR* memiliki keterkaitan yang kuat dengan penerapan *GCG* yang sesuai. Keduanya ibarat dua sisi dari koin yang sama, masing-masing

memainkan peran penting dalam dunia bisnis dan saling terkait. Salah satu dari empat prinsip panduan GCG yang sangat baik adalah CSR, yang menekankan pada Pihak yang Berkepentingan. (Khasanah & Sucipto, 2020, p. 14-28).

Nilai perusahaan secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh CSR dan adopsi GCG, seperti yang ditunjukkan dalam pengajuan. Sejumlah faktor penerapan GCG, termasuk jumlah komisaris independen dan keberadaan komite audit, mempengaruhi praktik manajemen melalui dampaknya terhadap pengawasan dan pengendalian perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh, teknik manajemen yang baik akan mengendalikan kinerja perusahaan dan, secara alami, meningkatkan nilai perusahaan (Purbawangsa et al., 2020, p.16), (Khasanah & Sucipto, 2020, p.14-28), (Novia et al., 2023, p. 257-276), dan (Alkalah, 2016). Selain itu, investor bereaksi positif terhadap CSR karena hal ini menunjukkan tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan; hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya harga saham dan nilai bisnis.

Di sisi lain, akademisi lain tidak menemukan bukti bahwa CSR mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian mereka: (Crisóstomo et al., 2011, Mulyadi, 2012, anjaitan et al. 2015, dan Wardhani, 2014). Selain hal itu, penelitian yang dilakukan oleh beberapa seperti (Meindarto & Lukiastuti, 2017, p. 145-168) dan Mukhtaruddin et al., 2019) menunjukkan bahwa GCG juga tidak berhubungan secara signifikan dengan nilai perusahaan. Alasannya adalah karena transparansi mengenai inisiatif CSR merupakan bagian penting dari tata kelola dan manajemen bisnis yang baik. Meskipun tanggung jawab sosial dapat meningkatkan biaya, banyak yang percaya bahwa CSR memiliki efek negatif

terhadap kinerja perusahaan, terutama keberhasilan finansial. Jika keuangan perusahaan tidak berjalan dengan baik, investor dapat takut, yang dapat mengurangi nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin menyelidiki “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan**”.

B. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan konteks di atas, masalah berikut ini perlu diselidiki dalam penelitian ini:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance* perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* mempengaruhi nilai perusahaan secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan permasalahan tersebut, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis bagaimana *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh pada nilai perusahaan.
2. Menganalisis bagaimana *Good Corporate Governance* memberikan pengaruh pada nilai perusahaan.
3. Menganalisis bagaimana *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate*

Governance memberikan pengaruh pada nilai perusahaan secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian, harus ada manfaat teoritis dan praktis dari hasil penelitian, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis, penelitian ini dimaksudkan untuk membantu penulis menyelesaikan tugas akhir perkuliahan dan memperluas keahlian penulis.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai manajemen keuangan dan menjadi bahan kajian untuk meningkatkan pemahaman dan informasi. Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- c. Harapan Perseroan adalah bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berharga untuk pengambilan keputusan strategis di masa depan dan perumusan rencana untuk mencapai keunggulan pasar.

2. Manfaat Praktis

Para peneliti harus melihat bagaimana CSR dan GCG mempengaruhi nilai perusahaan karena beberapa alasan praktis, termasuk yang berikut ini:

1. Persepsi Publik yang lebih baik terhadap Perusahaan: Perusahaan dapat menggunakan temuan studi ini untuk lebih memahami bagaimana kegiatan CSR dan GCG dapat meningkatkan persepsi publik terhadap perusahaan mereka.
2. Menarik Investor: Menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang bernilai dengan implementasi CSR dan GCG yang kuat akan memiliki lebih banyak

investor yang tertarik pada saham mereka.

3. **Kepuasan Stakeholder:** Penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam memahami harapan dan kebutuhan stakeholder, pada waktunya dapat menaikkan kepuasan dan loyalitas mereka.
4. **Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik:** Data yang dihasilkan dari penelitian dapat memberikan wawasan yang berguna untuk manajemen dalam membuat keputusan strategis terkait CSR dan GCG.
5. **Peningkatan Kinerja Keuangan:** Memahami hubungan CSR, GCG, serta nilai perusahaan dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja keuangan.
6. **Pengurangan Risiko:** Penelitian ini dapat menggambarkan bagaimana implementasi prinsip-prinsip GCG mampu mengurangi risiko hukum dan reputasi, serta meningkatkan transparansi.
7. **Peningkatan Daya Saing:** Perusahaan yang aktif dalam CSR dan memiliki GCG yang baik cenderung lebih kompetitif di pasar, sehingga penelitian ini dapat memberikan panduan untuk meningkatkan daya saing.
8. *Sustainable Development:* Penelitian ini juga dapat mendukung konsep pembangunan berkelanjutan, di mana perusahaan diharapkan berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sambil tetap menghasilkan keuntungan.