

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Masing-masing perusahaan menginginkan pengembangan akan hal kinerja keuangan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan berkelanjutan. Dalam meningkatkan nilai tersebut, perusahaan dapat melakukan berbagai kebijakan agar dapat menarik lebih banyak investor untuk melakukan pendanaan untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan. Tujuan dari perusahaan akan semakin mudah untuk dicapai ketika perusahaan mampu melakukan peningkatan pada nilai perusahaan.

Perusahaan dalam peningkatan nilai perusahaan harus memenuhi kepentingan stakeholder sehingga nilai perusahaan dapat menjadi ukuran dalam mengindikasikan tingkat kemakmuran terhadap stakeholder.

Peningkatan nilai perusahaan dapat melakukan dengan cara menggunakan sumber daya perusahaan secara optimal. Sumber daya yang dapat dihasilkan oleh perusahaan salah satunya yaitu laba. Laba yang dimiliki dengan itu perusahaan dapat melakukan pemenuhan kewajiban untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan dapat memanfaatkan CSR sebagai investasi jangka panjang, dimana dengan mengharapkan CSR yang diterapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan secara tidak langsung.

Kemudian untuk mempertahankan kestabilan dan peningkatan nilai perusahaan maka harus dilakukan *Corporate Governance* yang baik pada bidang keuangan. Penerapan *Corporate Governance* yang berupaya untuk memenuhi kepentingan pada *stakeholder* sehingga dapat memaksimalkan kinerja perusahaan yang mampu mempengaruhi peningkatan nilai pada perusahaan. Dengan melaksanakan *Coporate Governance* yang optimal, perusahaan telah melakukan efisiensi keuangan yang menunjang peningkatan berbagai hubungan manajemen, pemegang saham, dewan komisaris, dan lain nya. Dengan kemudahan akses informasi, transparansi, akuntabilitas, dan pengelolaan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder untuk pengelolaan perusahaan jangka panjang.

Penerapan CSR dan *Corporate Governance* tidak dapat terlepas dari peran para *Chief Executive Officer* (CEO) perusahaan. Peran CEO dalam jangka panjang di suatu perusahaan akan menjaga kestabilan kebijakan-kebijakan yang diambil perusahaan. Kinerja CEO dalam jangka panjang diharapkan dapat menyesuaikan kebijakan – kebijakan perusahaan dengan pengambilan keputusan yang seusai dengan kepentingan stakeholder tanpa mengesampingkan

tujuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan Pergantian CEO juga diharapkan dapat memberikan dampak kinerja baru yang mampu menyelaraskan tujuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan terhadap lingkungan sekitar dengan pengelolaan dan penerapan CSR yang baik.

Dengan pertumbuhan GDP yang terus meningkat menjadikan Indonesia yang memperoleh kesuksesan atas pertumbuhan GDP. Barang konsumsi merupakan salah satu dari sekian produk utama yang berkembang cepat di Indonesia. Indeks harga *consumer good* Indonesia telah mengalami peningkatan 8,614%, dari yang sebelumnya 133,16 pada periode juli 2012 menjadi 144,63 pada tahun 2013. Perkembangan yang sangat pesat juga di alami pada kelas mengenah dari sebelumnya 37,7% dari populasi di 2003 meningkat 56,5% pada periode 2012.

Tabel 1.1 Tabel Fenomena

NO	KODE	NAMA	TAHUN	CSR	CG				CEO T	FV
					KI	KM	KIP	RKA		
1	CINT	PT.Chitose Internasional,Tbk	2015	0,044	0,696	0,003	0,333	9	1	1,06
			2016	0,055	0,6965	0,0035	0,3333	4	0	0,97
			2017	0,044	0,6784	0,0027	0,5	12	1	0,9
			2018	0,044	0,719	0,0027	0,5	12	0	0,97
			2019	0,088	0,7879	0,0027	0,5	4	0	0,83
2	KLBF	PT.KALBE FARMA,Tbk	2015	0,396	0,566	0,086	0,428	4	1	4,72
			2016	0,143	0,565	0,086	0,428	4	1	4,85
			2017	0,385	0,5678	0,0866	0,4286	4	0	4,93
			2018	0,143	0,5697	0,0865	0,4286	4	0	4,08
			2019	0,396	0,5697	0,0861	0,4286	4	1	3,92
3	GGRM	PT.Gudang Garam,Tbk	2015	0,044	0,755	0,009	0,5	6	0	2,07
			2016	0,066	0,7555	0,0067	0,5	6	0	2,32
			2017	0,055	0,7555	0,0067	0,5	9	0	2,78
			2018	0,066	0,7555	0,0067	0,5	9	0	2,68
			2019	0,066	0,9307	0,0067	0,5	10	1	1,65

( [www.cekindo.com/id/sektor/barang-konsumsi](http://www.cekindo.com/id/sektor/barang-konsumsi) )

Tabel 1.1 mempersentasekan pada 2015 – 2019 nilai *Corporate Social Responsibility* pada PT. Chitose Internasional, Tbk selalu berubah – ubah yang dimana menurut penelitian yang dilakukan oleh Rjiba, (2020) CSR yang meningkat mampu memberikan efek positif pada peningkatan nilai perusahaan. Tetapi pada tahun 2015 nilai CSR 0,044 dan meningkat pada tahun 2016 0,055, tidak diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan tersebut. Fenomena kedua dapat dilihat pada PT. Gudang Garam, Tbk nilai Kepemilikan Institusi 0,7555 pada tahun 2018 dan rapat komite audit 9 mengalami peningkatan pada tahun 2019 dengan nilai kepemilikan institusi 0,9307 dengan jumlah rapat 10 tidak diikuti nilai perusahaan yang terjadi penurunan. Fenomena lainnya dapat dilihat dari *Turn Over Chief Executif Officer* dimana Shavin (2020) mengatakan bahwa CEO dengan jabatan jangka panjang dapat mendorong kinerja keuangan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pada PT. Kalbe Farma,Tbk pada tahun 2017 dan 2018 nilai *Turn Over CEO* tidak mengalami perubahan yang dimana diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan tetapi nilai perusahaan terjadi penurunan dimana pada tahun 2017 nilai perusahaan 4,93 dan pada tahun 2018 menjadi 4,08.

Pengungkapan nilai – nilai hasil yang semakin baik mampu dilihat sebagai bukti kinerja dan transparansi tata kelola dan juga kepercayaan terhadap perusahaan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan. Peneliti menduga bahwa nilai-nilai yang semakin meningkat akan berdampak positif kepada nilai perusahaan yang akan semakin meningkat.

### 1.2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana dampak dari pengaruh *Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Peningkatan nilai perusahaan pada perusahaan consumer good yang terdapat pada BEI?
- b. Bagaimana pengaruh *Corporate Governance* dan *Social Responsibility* (CSR) terhadap Peningkatan nilai perusahaan dengan *turnover CEO* sebagai moderator variabel pada perusahaan industr *consumer good* pada BEI?

### 1.3. Tinjauan Pustaka

#### 1.3.1. *Corporate Social Responsibility* ( CSR)

CSR ialah kegiatan pro-sosial di luar perusahaan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. CSR seperti asuransi yang mampu menjaga nilai perusahaan dari peristiwa (Park dan Kim, 2020) yang mampu menurunkan nilai perusahaan dan mencegah tindakan negatif pelanggan.

$$CSDI = \frac{\sum X_{ip}}{np}$$

Indikator:

Keterangan :

sumber: (Sari & Kartika, 2020)

CSDI : Indeks Pengungkapan CSR korporasi p

CSDI merupakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan.

X<sub>ip</sub> : 1 = bila kriteria x diungkapkan; 0 = bila kriteria x tidak dipublikasi

np : Total penjumlahan berdasarkan kriteria GRI G4 dengan korporasi p; n=91

NP merupakan jumlah item untuk perusahaan.

#### 1.3.2. *Corporate Governance*

Corporate Governance merupakan penggabungan dari kebijakan, peraturan, dan instruksi yang di kelola dan dikendalikan untuk memberi transparansi dan keadilan dalam hubungan antara perusahaan dan investor (Buallay, 2017) Indikator corporate governance terdiri :

a. *Kepemilikan Institusi* =  $\frac{\text{Total saham institusi}}{\text{Total lembar saham beredar}}$

sumber: (Anggita et al., 2021)

b. Kepemilikan saham manajerial =  $\frac{\text{Jumlah saham manajerial}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} =$

sumber: (Robiah & Erawati, 2017)

c. *Komisaris independen* =  $\frac{\text{komisaris independen}}{\text{total komisaris}}$

sumber: (Miftah & Arifin, 2013)

d. Rapat Komite Audit = Total Rapat Komite Audit dalam setahun

sumber: (Dharmawan Krisna & Suhardianto, 2016)

Perbaikan kualitas *Corporate Governance* secara signifikan dan bermakna secara ekonomi memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (He et al., 2019). Dengan melakukan transparansi informasi dan juga tata kelola perusahaan maka tingkat kepercayaan investor akan meningkat yang kemudian mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan.

### 1.3.3. Perputaran Chief Executif Officer

CEO *turnover* merupakan peristiwa pergantian CEO dengan individu lain dengan tujuan memperbaiki kinerja perusahaan untuk mendapatkan laba yang lebih baik. Perputaran CEO memiliki indikator jumlah CEO yang diganti dalam setahun. CEO dengan jabatan jangka panjang memungkinkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan dengan mendorong tujuan utama perusahaan yang mengarah pada peningkatan nilai perusahaan (Malhotra et al., 2020).

### 1.3.4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan ialah suatu konsep yang sangat penting bagi para investor dikarenakan berarti sebagai nilai jual atau nilai tumbuh yang dimana juga sebagai tujuan perusahaan (Permatasari & Gayatri, 2016). Nilai perusahaan yang terus meningkat merupakan salah satu faktor utama dalam memberikan kesejahteraan bagi investor. (Rivandi, 2018).

Harga saham akan selalu dikaitkan oleh pada konsep investor yang akan melakukan pendanaan pada perusahaan (Sitompul et al., 2019).

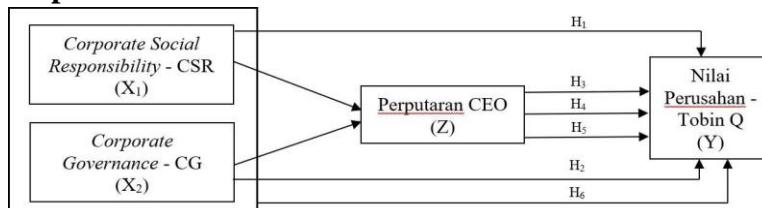
Indikator nilai perusahaan :

$$q = \frac{(\text{Market Value of all out Standing} + \text{Debt})}{\text{firm's assets}}$$

sumber: (Zulaika & Sihombing, 2020)

Meningkatnya nilai perusahaan menggambarkan peningkatan pada kemakmuran para stakeholder perusahaan dimana bukan hanya melakukan peningkatan kinerja keuangan tetapi melakukan transparansi *Corporate Governance* dan juga CSR sebagai tanggung jawab sosial kepada masyarakat. (Sarafina & Saif, 2016).

## 1.4. Kerangka Konseptual



## 1.5. Hipotesis

CSR mampu meningkatkan kepercayaan dan kerjasama pemangku kepentingan. Penerapan CSR yang tepat dapat memberikan efek positif pada kinerja keuangan perusahaan dengan tingkat laba perusahaan lebih tinggi sehingga nilai pada perusahaan mampu ditingkatkan (Rjiba et al., 2020).

H1 = CSR dapat memberikan pengaruh terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan

*Corporate Governance* (CG) merupakan penggabungan dari kebijakan, peraturan, dan instruksi yang di kelola dan dikendalikan untuk memberi transparansi dan keadilan dalam hubungan antara perusahaan dan investor (Buallay et al., 2017).

H2 = CG dapat memberikan pengaruh pada peningkatan nilai perusahaan CEO dengan jabatan jangka panjang memungkinkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan dengan mendorong tujuan utama perusahaan yang mengarah pada peningkatan nilai perusahaan (Malhotra et al., 2020).

H3 = CSR dapat memberikan pengaruh terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan dimana Perputaran CEO sebagai varibel moderator.

Penerapan CG yang optimal diharapkan akan mampu meningkatkan nilai pada perusahaan (Wahyudin & Solikhah, 2017).

H4 = *Corporate Governance* dapat memberikan pengaruh terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan dimana Perputaran CEO sebagai variabel moderator.

CSR ialah suatu upaya yang berupa perangkat perusahaan akan pertimbangan moral dengan haluan dalam peningkatan ekonomi, yangsertai meningkatkan taraf hidup bagi pekerja atau karyawan beserta keluarganya, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat daerah sekitar atau lebih luas (Gumanti et al., 2021). *Corporate Governance* merupakan suatu skema pengendalian pada internal untuk mengelola berbagai risiko yang mampu memperngaruhi secara besar untuk pengamanan aset serta peningkatan nilai penanaman modal yang dilakukan pemegang saham dalam jangka waktu panjang (Hidayati & Fidiana, 2017).

H5 = CSR dan *Corporate Governance* dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan ialah hubungan pemegang saham antara tingkat kesuksesan akan saling dikaitkan akan harga saham. Jika harga pada saham meningkat drastis maka akan membuat nilai pada perusahaan mengalami peningkatan, kemampuan dan nilai pada perusahaan dapat lebih dipercaya dengan meningatkannya nilai tersebut (Siregar et al., 2019).

H6 = Pengaruh CSR dan *Corporate Governance* terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan dimana perputara CEO sebagai variabel Moderator.