

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era revolusi industri 5.0 sekarang ini yang paling fonomenal ditandai dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih, mendorong terjadinya pertumbuhan yang semakin pesat pada dunia usaha serta diikuti dengan persaingan yang semakin ketat. Para pelaku bisnis harus mulai menyadari bahwa untuk bertahan dalam persaingan ini, perusahaan tidak hanya mengandalkan aset fisiknya saja, inovasi teknologi dan pengetahuan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan juga sangatlah penting untuk menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang baik (Salman, 2023).

Setiap perusahaan harus memiliki visi dan misi yang harus dilaksanakan dan diterapkan oleh seluruh bagian perusahaan, dari pimpinan paling atas hingga karyawan yang paling bawah, demi keberlangsungan berjalannya sistem operasional dengan baik. Semua bisnis ingin menghasilkan keuntungan, membagi keuntungan dengan para pemegang saham, dan menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan dalam kondisi yang prima untuk menerima modal dari calon investor. Salah satunya bisa dilihat dari nilai perusahaan, apakah perusahaan tersebut dalam keadaan yang stabil atau sedang dalam posisi yang mengkhawatirkan. Meningkatkan nilai dari suatu perusahaan adalah hal yang paling penting bagi perusahaan karena akan meningkatkan kepercayaan dari pemegang saham. Mengukur nilai perusahaan biasanya selalu dikaitkan dengan harga saham dengan melihat perkembangan harga saham yang terdaftar di BEI (Laksono & Kusumaningtias, 2021).

Harga saham merupakan gambaran suatu kondisi perusahaan dalam menilai perusahaan, jika harga saham yang terus naik akan menarik perhatian investor dalam berinvestasi di perusahaan. Hal ini adalah salah satu tujuan utama bagi perusahaan, karena nilai suatu perusahaan yang baik akan

mewujudkan kinerja suatu perusahaan yang dapat mewujudkan prospek kinerja di masa yang akan datang baik mengalami keuntungan maupun kerugian (Agustin Ekadjaja, 2021).

Menurut Laksono & Kusumaningtias (2021) untuk mengukur nilai perusahaan dapat menggunakan beberapa pengukuran seperti PER, PBV, dan *Tobin's Q*. *Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang menunjukkan dengan jalan apa seorang investor dapat mengukur harga dari sebuah saham terhadap pendapatan perusahaan. *Price Book Value* (PBV) merupakan rasio yang menggambarkan nilai dari saham yang akan diperjual belikan berada dalam buku saham. Yang terakhir *Tobin's Q* merupakan suatu perbandingan tingkat nilai pasar saham menggunakan nilai buku perusahaan.

Perusahaan yang dikelola dengan baik pada umumnya memiliki Rasio *Price to Book Value* diatas satu. Hal ini menggambarkan nilai saham perusahaan lebih besar daripada nilai buku perusahaan. Rasio *Price to Book Value* yang tinggi akan mencerminkan tingkat kemakmuran dan kesejahteraan para pemegang saham (Agustin Ekadjaja, 2021).

Interpretasi Skor atau Standar dari *Price to Book Value* adalah sebagai berikut: $PBV < 1$ menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *undervalue*, artinya manajemen gagal dalam mengelola aset perusahaan dan potensi pertumbuhan investasi rendah. $PBV = 1$ menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *average*, artinya manajemen stagnan dalam mengelola aset perusahaan dan potensi pertumbuhan investasi tidak berkembang. $PBV > 1$ menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *overvalue*, artinya manajemen telah berhasil dalam mengelola aset perusahaan dan potensi pertumbuhan investasi tinggi.

Tabel 1. 1

**Hasil Analisa Nilai Perusahaan Dengan Rasio Price to Book Value (PBV)
Pada Perusahaan Tambang Sub Sektor Migas & Batubara Yang Terdaftar
di BEI Periode 2019-2022**

No	Kode	2019	2020	2021	2022	Rata-rata	Nilai
1.	ADRO	0,77	0,79	1,08	1,29	0,98	<i>Undervalue</i>
2.	ADMR	-	-	-	9,29	9,29	<i>Overvalue</i>
3.	AIMS	2,86	2,50	6,56	2,34	3,56	<i>Overvalue</i>
4.	AKRA	1,61	1,24	1,50	2,32	1,66	<i>Overvalue</i>
5.	ARII	1,03	1,01	0,95	0,87	0,96	<i>Undervalue</i>
6.	BBRM	0,99	1,87	2,50	1,57	1,73	<i>Overvalue</i>
7.	BESS	-	2,80	7,54	1,23	3,85	<i>Overvalue</i>
8.	BIPI	0,36	0,39	0,39	1,19	0,58	<i>Undervalue</i>
9.	BOSS	1,05	1,08	-4,56	6,40	0,99	<i>Undervalue</i>
10.	BSML	-	-	6,63	6,19	6,41	<i>Overvalue</i>
11.	BSSR	2,07	1,61	3,47	2,71	2,46	<i>Overvalue</i>
12.	BULL	0,49	0,91	0,61	1,06	0,76	<i>Undervalue</i>
13.	BUMI	0,52	0,77	0,92	1,59	0,95	<i>Undervalue</i>
14.	BYAN	6,22	5,78	4,93	18,73	8,90	<i>Overvalue</i>
15.	CANI	-0,71	-0,41	-0,35	-0,17	-0,41	<i>Undervalue</i>
16.	CNKO	-0,95	-0,73	-0,36	-0,41	-0,61	<i>Undervalue</i>
17.	COAL	-	-	-	3,07	3,07	<i>Overvalue</i>
18.	DSSA	0,46	0,48	1,42	0,73	0,77	<i>Undervalue</i>
19.	DWGL	-51,22	-94,52	-	8,53	-111,40	<i>Undervalue</i>
				308,41			
20.	ENRG	0,39	0,44	0,41	0,97	0,55	<i>Undervalue</i>

21.	FIRE	1,40	5,47	1,82	0,82	2,37	<i>Overvalue</i>
22.	GEMS	3,13	2,72	9,76	6,54	5,53	<i>Overvalue</i>
23.	GTBO	0,64	0,30	0,30	0,69	0,48	<i>Undervalue</i>
24.	GTSI	-	-	1,05	0,87	0,96	<i>Undervalue</i>
25.	HITS	5,95	3,27	2,52	2,50	3,56	<i>Overvalue</i>
26.	HRUM	0,63	1,28	3,68	1,47	1,76	<i>Overvalue</i>
27.	IATA	1,06	1,05	3,36	-2,42	0,84	<i>Undervalue</i>
28.	INDY	0,41	0,65	0,66	0,81	0,62	<i>Undervalue</i>
29.	INPS	19,22	19,98	9,68	8,38	14,31	<i>Overvalue</i>
30.	ITMG	1,00	1,21	1,55	1,49	1,31	<i>Overvalue</i>
31.	KKGI	0,91	0,91	1,01	1,01	0,96	<i>Undervalue</i>
32.	KOPI	-	-	5,05	4,47	4,76	<i>Overvalue</i>
33.	LEAD	0,34	0,36	0,44	0,58	0,43	<i>Undervalue</i>
34.	MBAP	1,18	1,53	1,42	2,63	1,69	<i>Overvalue</i>
35.	MBSS	0,35	0,34	0,82	0,77	0,57	<i>Undervalue</i>
36.	MCOL	-	-	2,94	2,97	2,95	<i>Overvalue</i>
37.	MEDC	0,77	0,73	0,66	1,09	0,81	<i>Undervalue</i>
38.	MITI	-	-2,32	4,27	4,24	2,06	<i>Overvalue</i>
39.	MTFN	-	116,82	-42,33	-34,80	13,23	<i>Overvalue</i>
40.	PGAS	1,13	0,83	0,71	0,82	0,87	<i>Undervalue</i>
41.	PSSI	0,92	0,69	1,42	1,55	1,14	<i>Overvalue</i>
42.	PTBA	1,77	1,95	1,49	1,61	1,70	<i>Overvalue</i>
43.	PTIS	0,46	0,35	0,87	1,01	0,67	<i>Undervalue</i>
44.	RAJA	0,43	0,59	0,44	2,27	0,93	<i>Undervalue</i>
45.	RIGS	0,21	0,22	0,33	0,49	0,31	<i>Undervalue</i>
46.	RMKE	-	-	2,15	3,74	2,94	<i>Overvalue</i>
47.	SGER	-	-	7,14	2,15	4,64	<i>Overvalue</i>
48.	SHIP	1,19	0,80	1,13	0,81	0,98	<i>Undervalue</i>
49.	SMMT	0,75	0,65	0,83	1,19	0,85	<i>Undervalue</i>
50.	SOCI	0,25	0,37	0,26	0,24	0,28	<i>Undervalue</i>

51.	SUGI	0,54	0,54	0,54	0,54	0,54	<i>Undervalue</i>
52.	SURE	36,94	30,24	5,38	5,40	19,49	<i>Overvalue</i>
53.	TCPI	24,09	24,16	33,64	24,71	26,65	<i>Overvalue</i>
54.	TEBE	3,94	1,06	1,10	1,11	1,80	<i>Overvalue</i>
55.	TOBA	0,85	0,80	0,87	0,76	0,82	<i>Undervalue</i>
56.	TPMA	0,63	0,81	0,93	0,94	0,82	<i>Undervalue</i>
57.	TRAM	0,47	0,47	0,47	1,01	0,60	<i>Undervalue</i>

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 , dapat disimpulkan bahwa dari 57 perusahaan pertambangan sub sektor migas & batubara yang terdaftar di BEI dari tahun 2019-2022, sebanyak 30 perusahaan rata-rata mendapatkan nilai dibawah 1 yang artinya perusahaan tersebut dikategorikan *undervalue* dimana nilai perusahaan di pasar lebih rendah dibandingkan nilai perusahaan tercatat, sebanyak 27 perusahaan rata-rata mendapatkan nilai diatas 1 artinya perusahaan tersebut dikategorikan *overvalue* dimana nilai perusahaan di pasar lebih tinggi dibandingkan dengan nilai perusahaan tercatat.

Penciptaan nilai sangatlah penting bagi reputasi perusahaan dalam konteks bisnis modern, peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang harus dicapai perusahaan, dan perusahaan juga dituntut untuk menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing lainnya. Dalam upaya meningkatkan nilai, perusahaan perlu penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat, dan perusahaan juga wajib memiliki manajemen yang kompeten dengan berdasar pada tata kelola perusahaan yang baik *Good Corporate Governance* (GCG) sehingga hal tersebut mampu meminimalisasi praktek kecurangan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan potensial untuk meningkatkan nilai perusahaan (Novitasari & Bernawati, 2020)

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia sendiri berawal dari hanya sebagai praktek bisnis yang secara sukarela atau hanya inisiatif dari perusahaan sendiri. Agar perusahaan dapat bertahan, perusahaan

harus mengubah kontrak sosialnya dengan memasukkannya ke dalam sistem sosial dan politik yang ada. Diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 (UUPT) menerangkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha yang dibidang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan akan lebih diterima masyarakat jika mereka menanggapi kebutuhan masyarakat dalam jangka panjang, dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* yang akan memberikan citra positif dan juga meningkatkan rasa penerimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan, yang dapat menghasilkan keuntungan ekonomi melalui peningkatan nilai perusahaan (Salman, 2023)

Corporate Social Responsibility sangat berbaikatan dengan konsep “*Tripple bottom Line*” atau sering dikenal dengan “3P” yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Dimana dalam hal ini perusahaan yang baik tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi saja (*profit*), tetapi perusahaan juga harus memiliki rasa kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat (*people*) dan kelestarian lingkungan (*planet*). Ketiga elemen ini merupakan konsep dalam pembangunan yang berkelanjutan (Hidayat, 2023)

Semakin berkembangnya perusahaan dapat berdampak positif dan juga berdampak negatif. Dampak positif tertuju pada memberikan manfaat perekonomian dimana perusahaan tersebut berada. Akan tetapi berkembangnya suatu perusahaan memiliki sisi negatif seperti kerusakan alam yang diakibatkan oleh kegiatan perusahaan. Seperti perusahaan pertambangan baik pada saat kegiatan produksi berjalan maupun setelahnya memungkinkan memberi dampak negatif seperti pencemaran udara, air, tanah ataupun pencemaran lainnya. Pencemaran-pencemaran tersebut dapat ditemukan ketika perusahaan tidak melakukan pengelolaan limbah dengan benar. Dalam kondisi tersebut, *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu hal yang bisa dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Salman, 2023).

Corporate Sosial Responsibility saat ini sesungguhnya telah menjadi fenomena global. Di Geneva, Swiss, telah dilangsungkan konferensi UN

Global Compact, dihadiri lebih 600 eksekutif senior korporasi dunia. Tujuannya adalah memperbaiki praktik bisnis dengan memperhatikan lingkungan hidup dan aspek sosial di dalam dan di luar perusahaan. Korporasi diminta memperlihatkan kepedulian dan tanggungjawab kemasyarakatan lebih besar. Fenomena global ini juga melanda Indonesia. Perkembangan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia ditandai, sudah banyak perusahaan mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan semakin banyak menerapkan *Corporate Social Responsibility* baik dalam bentuk amal (*charity*), maupun pembedayaan (*empowerment*). Setidaknya bisa dilihat dari gencarnya publikasi berkait dengan implementasi *Corporate Social Responsibility*, perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dapat dilihat dari beragam upaya Pemerintah Provinsi, Kabupaten dan Kota untuk menerbitkan peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di wilayah Propinsi, Kabupaten dan Kota bersangkutan (Amelia Limijaya, 2018)

Corporate Social Responsibility kemungkinan tidak terlalu efektif diterapkan di Indonesia dibandingkan negara lainnya karena beberapa miskonsepsi bahwa CSR adalah biaya tambahan daripada investasi jangka panjang. CSR juga mendapat perhatian khusus saat ini, disebabkan oleh peningkatan yang intens dalam kesadaran publik tentang peran korporasi dalam masyarakat (Kalsum, 2020).

Dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan dapat menentukan gambaran terbaik bagi perusahaan dimasa yang akan datang. *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab sebuah perusahaan untuk mengubah kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan akibat kegiatan perusahaan. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadikan loyalitas konsumen akan menjadi tinggi dan akan meningkatkan penjualan yang kelak menambah nilai dari suatu perusahaan. Jika perusahaan terus mengungkapkan bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan akan menjadikan *image* dari perusahaan akan semakin meningkat (Zulaika & Sihombing, 2019).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian yang terkait dengan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tetapi hasil yang diperoleh menunjukkan hasil yang berbeda beda. Salman (2023), menyatakan bahwa *Corporate Social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan dari penelitian Wahyuni (2018), menyatakan *Corporate Social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya adalah *Good Corporate Governance*, penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia sendiri dimulai sejak tahun 2002, setelah Indonesia mengalami krisis moneter di tahun 1998 – 1999. Akan tetapi dalam perkembangannya, kondisi praktik tata kelola perusahaan di Indonesia sendiri secara umum masih sangat jauh. Hasil survei ACGA (*Asean Corporate Governance Association*) menunjukkan ranking penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia dari 12 negara di Asia Pasifik, Indonesia menempati urutan terendah pada tahun 2020 (Sparta, 2020).

Penerapan *Good Corporate Governance* saat ini bukanlah kewajiban tetapi menjadi suatu kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penerapan tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia telah tercantum dalam Peraturan Menteri BUMN no. PER-01 / MBU / 2011 untuk perusahaan BUMN dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 untuk perseroan terbatas.

Menurut Shleifer *et al.*, (2018) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* merupakan cara untuk memberikan keyakinan pada para pemasok dana perusahaan akan diperolehnya *return* atas investasi mereka. Dengan adanya indeks *Good Corporate Governance* ini diharapkan aktivitas monitoring terhadap manajer perusahaan dapat lebih efektif sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam penelitiannya Musdholifah & Arini (2018), menyebutkan bahwa *Good Corporate Governance* merupakan rangkaian aturan yang digunakan oleh manajemen untuk mengoperasikan dan mengendalikan perusahaan supaya tujuan perusahaan bisa tercapai. Suatu perusahaan yang

menjalankan *Good Corporate Governance* dapat berjalan dengan baik jika perusahaan tersebut memiliki prinsip dari *Good Corporate Governance* yaitu Akuntabilitas, transparansi, Kemandirian, Kewajaran dan pertanggungjawaban. Ketika perusahaan sudah memiliki prinsip-prinsip dari *Good Corporate Governance* maka perusahaan tersebut diharapkan akan mewujudkan *Good Corporate Governance* yang baik guna mengatur perusahaan dan menumbuhkan nilai bagi para *stakeholder* dan pentingnya suara dari investor untuk memiliki informasi yang akurat (Sparta, 2020).

Penerapan *Good Corporate Governance* berdasarkan teori agensi dapat dijelaskan melalui hubungan manajemen dan pemilik serta manajemen sebagai agen secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan *principal* dan sebagai imbalannya akan mendapatkan kompensasi yang sesuai dengan kontrak (Marsudi & Soetanto, 2020).

Dengan menerapkan praktik-praktik *Good Corporate Governance* yang baik, perusahaan dapat mengurangi potensi konflik keagenan dan membangun hubungan yang lebih harmonis antara manajemen dan pemegang saham. Dengan demikian, *Good Corporate Governance* berperan penting dalam mengatasi berbagai macam tantangan yang dihadapi oleh teori keagenan dalam konteks tata kelola perusahaan (Salman, 2023).

Pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan sub sektor migas & batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dimana sektor pertambangan ini memiliki cakupan *stakeholder* yang luas yang meliputi investor, kreditor, pemerintah, dan lingkungan sosial, sehingga perlu pengungkapan informasi sosial. Umumnya perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan tambang, dimana perusahaan sektor tambang dianggap sektor yang seharusnya mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* dibandingkan perusahaan sektor lainnya.

Dalam penelitiannya Salman (2023) variabel *Good Corporate Governance* yang di proksikan oleh kepemilikan institusional, yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan Prasetyo (2020) variabel *Good Corporate Governance* yang diproksikan melalui komisaris independen yang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena, diikuti dengan ketidakkonsistenan hasil dari penelitian terdahulu yang menguji terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan, sehingga perlu diadakan penelitian lebih lanjut. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, dengan mengambil judul **“pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Migas & Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang penulis paparkan diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance Disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan.

2. Pengaruh *Good Corporate Governance Disclosure* terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian diatas peneliti berharap manfaat dari penelitian ini dapat tersampaikan kepada beberapa instansi seperti:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Bagi akademis, penelitian ini diharapkan bisa membantu berkontribusi dalam ilmu akuntansi, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance Disclosure* (GCGD) terhadap nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dalam pengambilan keputusan perusahaan khususnya dalam meningkatkan keuntungan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance Disclosure* (GCGD), dan nilai perusahaan. Selain itu, dapat digunakan untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan gambaran untuk investor maupun calon investor mengenai nilai perusahaan dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Sehingga para investor maupun calon investor dapat mempertimbangkan nilai perusahaan sebagai dasar berinvestasi.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance Disclosure* (GCGD) terhadap nilai perusahaan.