

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi sekarang ini, perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan dan pertumbuhan pengetahuan, kemajuan teknologi dan perkembangan arus informasi yang harus disampaikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi pengguna. Perkembangan dan pertumbuhan ini diiringi dengan persaingan usaha yang begitu ketat dan kompetitif. Persaingan usaha yang perlu diimbangi dengan suatu pemikiran yang kritis dengan pemanfaatan sumber daya perusahaan secara optimal. Pertumbuhan ekonomi berdampak pada kehidupan penduduk suatu negara dan berpengaruh pada kesejahteraan rakyat.

Berdirinya sebuah perusahaan tidak terlepas dari tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek, perusahaan bertujuan memaksimalkan laba saat ini, sedangkan dalam jangka panjang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya (Wahyudi dan Pawestri, 2006). Nilai perusahaan menunjukkan seberapa tinggi tingkat keberhasilan suatu perusahaan, sehingga dapat menjadi gambaran investor untuk melakukan investasinya. Dalam hal ini nilai perusahaan merupakan cerminan dari baik buruknya kinerja perusahaan, yang akan mempengaruhi pandangan investor pada perusahaan tersebut.

Pelaporan akuntansi digunakan sebagai media pertanggungjawab kepada pemilik modal yang melibatkan orientasi perusahaan tersebut. Berpihaknya perusahaan tersebut kepada pemilik modal menyebabkan perusahaan melakukan menyalahgunaan sumber daya alam dan eksploitasi terhadap masyarakat social, secara tidak terkendali yang menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu keberlangsungan hidup manusia. Para pemilik modal yang hanya bertujuan untuk mendapatkan laba secara maksimum, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan menstimulasikan pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan dengan tidak memberikan kontribusi, tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi social (Reni dan Anggraini, 2015).

Salah satu indikator yang sering kali dilihat oleh investor dan merupakan rasio utama adalah rasio profitabilitas (Analisa, 2011), nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan". Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam satu periode. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor, karena secara otomatis akan menguntungkan investor. (Brealey, Myers, dan Marcus, 2013) mengatakan, nilai pemegang saham tergantung pada putusan berinvestasi yang baik dan operasi usaha yang menguntungkan.

Pemegang saham akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang kinerja perusahaannya baik. Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan

maka, semakin baik pula nilai perusahaannya (Triagustina et al, 2014). Kinerja perusahaan dapat digambarkan melalui kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan pada operasi usahanya. Dari keuntungan yang diraih perusahaan dapat dipercaya bahwa keberlangsungan hidup suatu perusahaan pada masa yang akan datang atau bertahan setidaknya satu tahun ke depan untuk mempertahankan perusahaan yang going concern. Peningkatan harga saham sama artinya meningkatkan nilai perusahaan, sehingga lebih lanjut dapat menjamin kemakmuran pemegang saham. Dalam hal tersebut penelitian yang dilakukan oleh (Mahendra et al, 2012) mendapati hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan. Namun, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh (Gusaptono, 2010) mengatakan bahwa profitabilitas tidak signifikan terhadap nilai perusahaan”.

(Gusni dan Vinelda, 2016) mengatakan bahwa, Net Profit Margin (NPM) dijadikan sebagai indikator untuk mengetahui kapabilitas perusahaan dalam memperoleh profitabilitas”. Net Profit Margin (NPM) dianggap mampu mewakili rasio lainnya dalam mengukur tingkat keuntungan perusahaan karena telah memperhitungkan aset dan penjualan. Apabila profitabilitas perusahaan baik, para investor dan kreditur dapat melihat sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan.

Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi menjadi dua perusahaan berskala besar dan perusahaan berskala kecil.. (Rachmawati dan Purwanti, 2016) mengatakan bahwa, perusahaan yang mempunyai nilai skala kecil cenderung kurang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar.

Hal ini dapat disebabkan perusahaan kecil hanya memiliki faktor-faktor pendukung yang terbatas untuk memproduksi barang. Keterbatasan memproduksi barang juga disebabkan perusahaan yang berukuran kecil masih terbatas mendapatkan pendanaan eksternal. Perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari kreditor. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi.

Ukuran perusahaan juga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Semakin besar perusahaan, semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil. Berbagai penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan yaitu dilakukan oleh (Eddy, 2005)". Namun tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Setiap perusahaan pada dasarnya harus membuat kebijakan strategis mengenai kebijakan pendaannya. (Gitman, 2000) mengatakan bahwa, *leverage* merupakan kumpulan dana yang dapat digunakan untuk dialokasikan oleh perusahaan. *Leverage* juga dapat diartikan sebagai perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri (Riyanto, 2008). (Riyanto, 2008) mengatakan bahwa, *leverage* optimal merupakan *leverage* yang dapat meminimumkan biaya modal rata-rata dan memaksimumkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila ada kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang meliputi shareholder maupun stakeholder dalam membuat keputusan keputusan

keuangan dengan tujuan memaksimalkan modal kerja yang dimiliki (Sukirni, 2012).

Pengukuran yang sering digunakan untuk kebijakan utang adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh berapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar utang. Semakin rendah DER, semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. Perusahaan akan lebih berhati-hati dalam menentukan tingkat DER karena akan menentukan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya membayar utang.

(Fernandes, 2013) menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dan menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak sejalan dengan (Sofyaningsih dan Hardiningsih, 2011) yang menemukan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan perbedaan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, maka penelitian ini menguji kembali pengaruh kepemilikan institusional dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan mengambil sampel perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.

Tanggung jawab social perusahaan dapat disimpulkan sebagai suatu gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *sigle bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. Namun, tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu terkait dengan masalah social

dan lingkungan (Rene, 2016). (Revinsia dll, 2019) mengatakan dalam gagasan tersebut perusahaan tidak lagi menekankan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *sigle botomm line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja, namun juga harus memperhatikan aspek social dan lingkungan. Dalam urain tersebut menunjukkan bahwa keuntungan ekonomis tidak dapat dipisahkan dalam karangka pelaksanaan CSR, oleh karena itu tujuan dari pelaksanaan CSR itu sendiri *sustainability* bagi perusahaan. Melaksanakan CSR bukan bearti mengurangi kesejahteraan *stekeholders*, oleh karena itu aspek ekonomis juga harus menjadi pertimbangan bagi perusahaan yang melaksanakan CSR (Rene, 2016).

Perusahaan dapat memperoleh beberapa manfaat jika menerapkan CSR, manfaat yang pertama untuk perusahaan yaitu, meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat, mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain, membedakan perusahaan tersebut dengan para kompetitornya, memperkuat brand atau merk perusahaan dimata masyarakat, dan dapat memberikan inovasi bagi perusahaan. Kedua meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan hidup, meningkatnya pemeliharaan fasilitas umum, dan adanya pembangunan fasilitas masyarakat yang bersifat sosial yang berguna untuk masyarakat sekitar.

Perusahaan manufaktur mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam adanya permasalahan polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Dikarenakan perusahaan tersebut paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya perusahaan akan menghasilkan limbah

produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan perusahaan juga mengharuskan mereka untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi, dan ini berkaitan dengan masalah keselamatan kerja. Selain ini perusahaan tersebut adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat.

Masyarakat membutuhkan informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga masyarakat dapat mengetahui kontribusi apa yang perusahaan berikan pada masyarakat. CSR dapat dilihat melalui dua sudut pandang, antarlain *corporate social responsibility* berdasarkan teori serta *corporate social responsibility* berdasarkan realita atau fakta yang terjadi (Syafudin, 2010). Dalam CSR hal-hal yang diungkapkan antara lain meliputi bidang ekonomi, sosial dan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan dilakukan untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas dan transparansi korporat kepada investor atau stakeholders. Selain itu, pengungkapan CSR merupakan media untuk menjalin komunikasi yang baik dengan stakeholders bahwa perusahaan telah mengungkapkan CSR (Darwin, 2007). Melalui pengungkapan CSR, perusahaan bisa memperoleh legitimasi sosial sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui respon positif masyarakat pada para pelaku pasar saham (Kiroyan, 2006). Pengungkapan social muncul karena adanya kesadaran

masyarakat tentang lingkungan sekitar, keberhasilan perusahaan tidak hanya pada laba semata, tetapi ditentukan oleh kepedulian perusahaan terhadap masyarakat.

Tanggung jawab social harus mendapatkan perhatian yang serius bagi dunia usaha. Kesadaran masyarakat tentang lingkungan sudah meningkat, oleh sebab itu. Peran sebuah perusahaan terhadap lingkungan sekitar baik dari internal maupun eksternalnya sudah menjadi perhatian masyarakat disetika perusahaan tersebut. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari hasil usahanya, namun mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan social.

CSR sebagai suatu konsep pada aplikasinya telah didasarkan pada berbagai prinsip yang telah distandarisasikan oleh perkembangan dunia usaha dan pemerhati lingkungan hidup bahkan sampai organisasi dunia (Sari dan Azizah, 2019). Salah satu panduan untuk mengenai tatacara pengungkapan CSR diatur dalam ISO 26000 yang merupakan suatu pedoman mengenai tanggung jawab social suatu institusi yang mencangkup semua sector.

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial memegang peranan yang penting untuk perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan tak jarang aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dipandang sebagai wujud

akuntabilitas perusahaan kepada public untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan “(Ghozali dan Chariri, 2007)”.

Akibat yang akan diterima perusahaan jika tidak melakukan pengungkapan CSR adalah mulai dari adanya teguran dari pemerintah dan masyarakat, penolakan yang dilakukan masyarakat hingga pemblokiran pabrik yang mengakibatkan perusahaan tidak dapat melakukan produksi yang akan menghambat kinerja perusahaan, dan akibat yang paling fatal adalah penutupan atau dicabutnya izin usaha oleh pemerintah akibat perilaku perusahaan yang dianggap buruk karena hanya mementingkan keuntungan saja tidak memperhatikan keadaan masyarakat dan alam sekitar.

Contoh kasus, pada tanggal 14 April 2015, PT Kahatex merupakan perusahaan manufaktur disektor tekstil. Limbah dibuang mencemari lahan pertanian hingga rusak parah. Lahan pertanian sawah yang tercemar seluas 1.215 hektar, ditambah 727 hektas saat banjir. Hal ini menyebabkan produktivitas sawah menurun 1-1,5 ton per hektar tiap musim. Masyarakat mengalami dampak dari paparan pencemaran lingkungan.
(<https://www.mongabay.co.id/>)

Dalam pasar modal, nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting dan menunjukkan pertumbuhan dinamis atas transaksi perusahaan. Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham dimana sangat dipengaruhi oleh peluang investasi. Nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang telah diraih perusahaan dimana menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui serangkaian

proses pelaksanaan fungsi manajemen dari semenjak perusahaan didirikan hingga saat ini.

Nilai perusahaan merupakan hal penting yang mencerminkan kekayaan para pemegang sahamnya. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai saham yang tinggi juga didukung oleh kinerja perusahaan yang baik, termasuk aktivitas perusahaan yang dianggap memberikan sinyal positif bagi investor. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan beroperasi dan mencapai laba yang ditargetkan.

Penelitian ini penting dilakukan karena, setiap perusahaan harus memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan ataupun masyarakat melalui berbagai kegiatan yang tujuannya untuk mengembangkan lingkungan serta memperbaiki kehidupan masyarakat hingga pada proses pembangunan ekonomi dan dapat menguntungkan bagi masyarakat. Peneliti menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif laporan tahun 2015-2019. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini meneliti dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage ,dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di (BEI) Tahun 2015-2019”**.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
3. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
4. Apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji, dan menganalisis tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
2. Untuk menguji, dan menganalisis tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
3. Untuk menguji, dan menganalisis tentang pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019.
4. Untuk menguji, dan menganalisis tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Secara Teoritis

- Sebagai sarana untuk menambah sumber dan pengetahuan tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan

- pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019).
- Sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya
- Dapat berkontribusi sebagai nilai perusahaan.

b) Secara Praktis

- Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti berupa peningkatan wawasan tentang Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019).

- Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa pentingnya profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

- Bagi Investor dan Calon Investor

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan investasi. Hasil penelitian ini diharapkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi.

- **Bagi Masyarakat**

Penelitian ini berfungsi agar masyarakat, mengidentifikasi, mengetahui, dan memahami terhadap pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan